

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Bank Rakyat Indonesia (BRI)



Gambar 1.1 Logo Bank Rakyat Indonesia
Sumber: bri.co.id (2020)

Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja pada tanggal 16 Desember 1895. Bank BRI salah satu bank milik pemerintah negara yang terbesar di Indonesia dengan total aset mencapai Rp1.416,8 triliun pada tahun 2019. Bank BRI memiliki layanan perbankan *mobile banking* yang bernama *BRI Mobile* (BRI.co.id, 2020).

2. Bank Mandiri



Gambar 1.2 Logo Bank Mandiri
Sumber: bankmandiri.co.id (2020)

Bank mandiri didirikan pada 2 Oktober 1998, sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Bank mandiri ada peleburan dari empat bank pemerintah yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia, dan Bank Pembangunan Indonesia pada bulan Juli 1999. Bank mandiri pada telah memiliki aset sebesar Rp 1.318,2 triliun pada tahun 2019. Bank mandiri memiliki layanan perbankan *mobile banking* dengan nama aplikasi Mandiri *Online* (Bankmandiri.co.id, 2020).

3. Bank Central Asia (BCA)



Gambar 1.3 Logo Bank Central Asia

Sumber: bca.co.id (2020)

Bank Central Asia (BCA) didirikan pada 10 Oktober 1955 dengan dominasi kepemilikan saham sebesar 54,94% oleh PT Dwimuria Investama Andalan. Bank BCA memiliki total aset sebesar Rp 919 triliun pada tahun 2019. Bank BCA memiliki layanan *mobile banking* dengan nama aplikasi *BCA Mobile* (BCA.co.id, 2020).

4. Bank Negara Indonesia (BNI)



Gambar 1.4 Logo Bank Negara Indonesia

Sumber: bni.co.id (2020)

Bank Negara Indonesia (BNI) didirikan pada tanggal 5 Juli 1946 dan merupakan bank pertama milik Negara yang berdiri setelah kemerdekaan Indonesia. Bank BNI memiliki total aset sebesar Rp 845,6 triliun pada tahun 2019. Bank BNI memiliki layanan *mobile banking* dengan nama aplikasi *BNI Mobile banking* (BNI.co.id, 2020).

1.2. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi semakin canggih membuat masyarakat perlahan memasuki era digital. Perkembangan teknologi termasuk segala perangkat yang ada salah satunya yakni teknologi pada perangkat *mobile* yang memungkinkan masyarakat dapat memanfaatkan teknologi dengan mudah dan bebas.

Perkembangan teknologi informasi seperti internet dan *mobile banking* telah berkembang di seluruh dunia dalam beberapa waktu terakhir, (Laukkanen, 2016). Hal ini mendorong perkembangan jangkauan jaringan internet semakin luas.

Tabel 1.1 statistik indikator digital di Indonesia

Statistik indikator digital di Indonesia	2019	2020
Total populasi Indonesia	268.2 juta	272.1 juta
Total pengguna internet	150 juta	175.4 juta
<i>Mobile phone connection</i>	323.2 juta	338.2 juta
<i>Active mobile social users</i>	130 juta	160 juta

Sumber: wearesocial.com (2020)

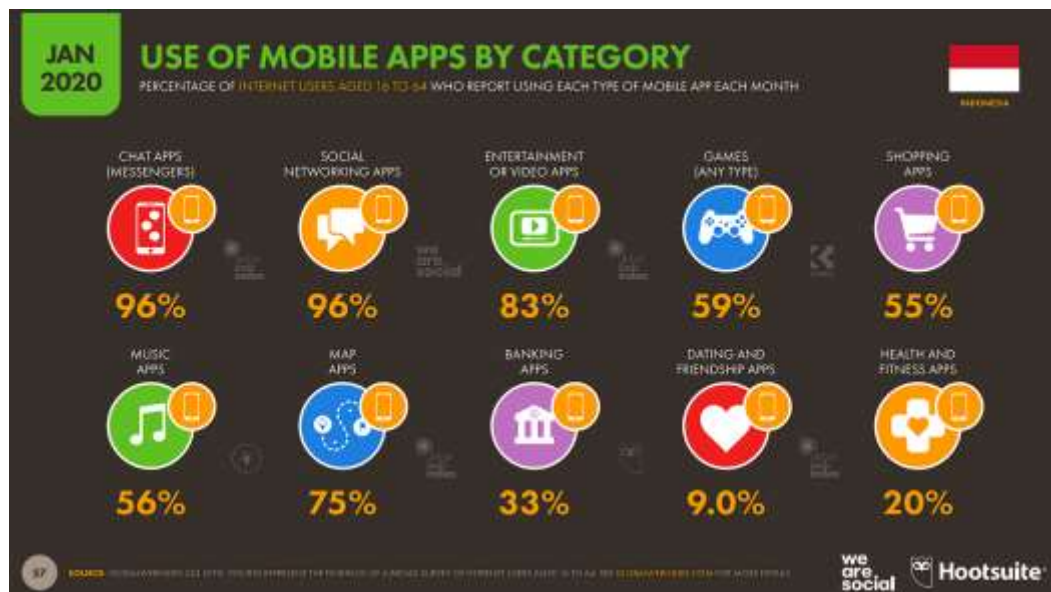
Menurut We Are Social (2020) Perkembangan pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta pengguna atau 64% masyarakat Indonesia menggunakan internet dari total penduduk Indonesia 272,1 juta jiwa. Di jelaskan juga bahwasannya ada kenaikan jumlah *active mobile social users* dari 2019 sebesar 130 juta menjadi 160 juta jiwa pada tahun 2020. Akan tetapi pada *mobile phone connection* pada tahun 2020 mencapai 338,2 juta pengguna. Pada survei sebelumnya yang dilakukan oleh APJII (2019) penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 73,7% pengguna atau 196,71 juta penduduk telah menggunakan internet dari total penduduk Indonesia saat itu berjumlah 266,91 juta jiwa. Di jelaskan pada penelitian sebelumnya oleh dari hasil survey membuktikan bahwa adanya peningkatan jumlah pengguna internet dari tahun sebelumnya (2018) sebesar 5,9% (Khairani dan Giri, 2020).



Gambar 1.5 Grafik Kepemilikan rekening bank penduduk dewasa

Sumber: Global Financial Index, Bank Indonesia (2019)

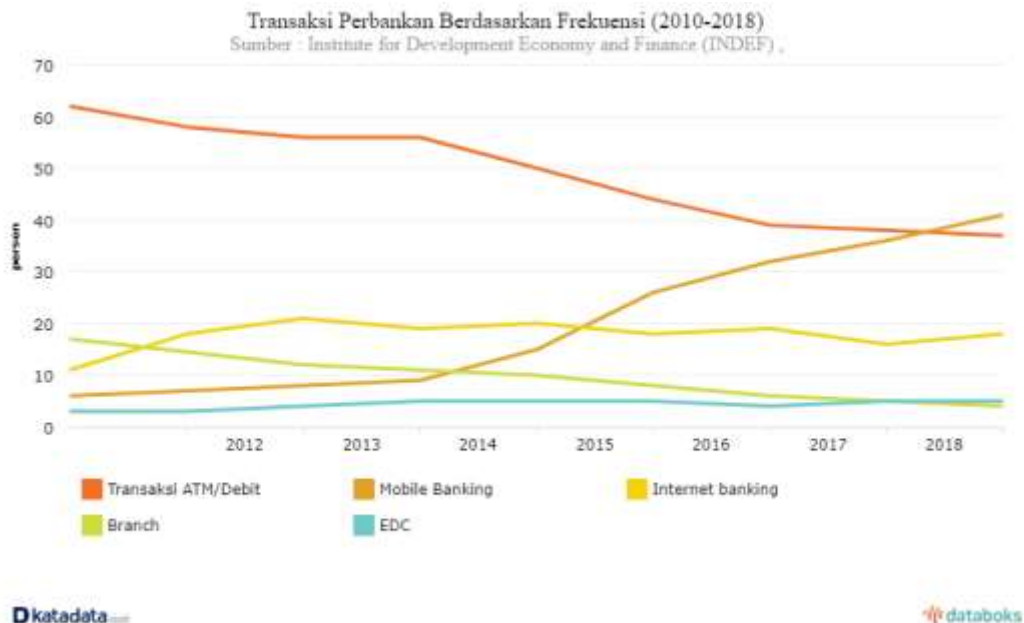
Pada Gambar 1.5 memaparkan grafik penduduk dewasa dengan kepemilikan rekening bank di Asia Pasifik, orang dewasa dimaksudkan penduduk dengan umur diatas umur 15 tahun. Kepemilikan rekening bank di indonesia pada 2017 adalah 49% dari total penduduk, hal ini lebih rendah dibandingkan dari rata-rata Negara dikawasan Asia Pasifik yakni 71%.



Gambar 1.6 Indonesia *mobile activities* (2020)

Sumber: wearesocial.com (2020)

Menurut We Are Social (2020) persentase pengguna *mobile banking* di Indonesia masih terbilang rendah dibanding dengan penggunaan *mobile messengers*. Berdasarkan gambar diatas menunjukkan persentase jumlah pengguna internet, *mobile banking* hanya 33% dari jumlah pengguna *mobile internet* . sedangkan penggunaan tertinggi sebesar 96% untuk *mobile messengers*. Adapun penggunaan *mobile shopping* di Indonesia dengan persentase 55%. *Mobile banking* memiliki keunikan teknologi pada kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan jika dibandingkan dengan layanan *e-banking* yang sebelumnya di operasikan menggunakan komputer atau laptop (Tam dan Oliveira, 2017).



Gambar 1.7 persentase frekuensi transaksi perbankan di Indonesia (2018)

Sumber: databoks.katadata.co.id (2019)

Tabel 1.2 persentase frekuensi transaksi perbankan di Indonesia (2018)

Tansaksi Perbankan	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Mobile banking</i>	15%	26%	32%	36%	41%
Transaksi ATM/Debit	50%	44%	39%	38%	37%
Internet Banking	20%	18%	19%	16%	18%
EDC (Electronic Data Capture)	5%	5%	4%	5%	5%
Branch/Kantor Cabang	10%	8%	6%	5%	4%

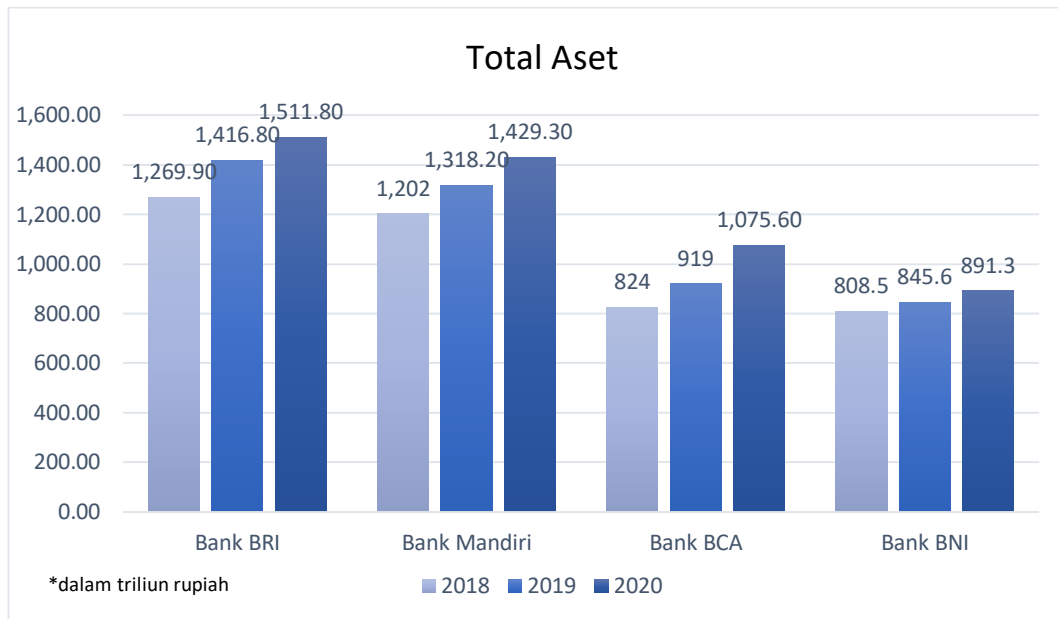
Sumber: databoks.katadata.co.id (2019)

Menurut Databoks (2019) dari penelitian *Institute for Development Economy and Finance* (INDEF) mengutip riset DBS Bank yang memperlihatkan sebanyak 41% frekuensi transaksi nasabah perbankan menggunakan *mobile banking* pada tahun 2018. Angka tersebut naik dengan signifikan yang mana jika dibandingkan pada tahun 2010 yang hanya 6% frekuensi transaksi nasabah perbankan menggunakan *mobile banking*. Frekuensi transaksi perbankan yang menggunakan ATM pada 2018 sebesar 37% sedikit menurun dibandingkan tahun 2017 sebesar 38%. Sedangkan frekuensi transaksi nasabah perbankan yang

menggunakan internet *banking* pada 2018 sebesar 18% meningkat sedikit dari tahun 2017 sebesar 16%.

Layanan *mobile banking* menjadi salah satu layanan perbankan yang paling banyak digunakan dibandingkan layanan perbankan lainnya. Hal ini berbanding terbalik dengan penggunaan layanan perbankan ATM yang terus mengalami penurunan setelah adanya *mobile banking*, sesuai pada gambar diatas (Khairani dan Giri, 2020). Perkembangan internet juga membuat industri perbankan juga semakin berkembang. Menurut Safeena et al., (2012) *Mobile banking* adalah salah satu serangkaian teknologi terbaru dari perkembangan seluler yang bisa dilakukan secara otomatis sebagai produk keluaran milik perbankan di luar ATM, SMS *Banking*, dan internet *Banking*.

Mobile banking memiliki beberapa fitur yang mendukung aktivitas perbankan nasabahnya. Sebagai salah satu teknologi paling baru, *mobile banking* merupakan terobosan yang baik di sektor perbankan, karena memungkinkan pelanggan untuk melakukan aktivitas transaksi secara mandiri yaitu (cek saldo, transfer, pembayaran tagihan) melalui perangkat *mobile*, *smartphone*, atau *Personal Digital Assistants* (PDA) dimanapun yang pengguna *mobile banking* inginkan (Alalwan et al., 2017).



Gambar 1.8 Grafik Bank di Indonesia Berdasarkan Total Aset

Sumber: Laporan Tahunan (2020)

Gambar 1.8 Menunjukkan bahwa total aset dari bank BRI, Bank Mandiri, Bank BCA, dan Bank BNI mengalami kenaikan aset dalam 3 tahun terakhir. Keempat bank ini menjadi bank terbesar di Indonesia dengan total asetnya, aset bank terbesar pertama pada Bank BRI dengan total aset di tahun 2020 1.511 triliun, lalu Bank Mandiri dengan total aset 1.429 triliun di tahun 2020, kemudian Bank BCA dengan total aset 1.075 triliun di tahun 2020, dan yang keempat Bank BNI dengan total aset 891 triliun. Keempat tersebut terus mengalami kenaikan nilai total aset yang menegaskan bahwa adanya kenaikan kepercayaan akan perusahaan perbankan tersebut.

Berikut daftar mengenai pengguna *mobile banking* pada empat bank ternama, berdasarkan kepemilikan aset di Indonesia.

Tabel 1.3 Jumlah nasabah dan pengguna *mobile banking* (2019)

Nama Bank	Jumlah Nasabah Bank	Jumlah Pengguna <i>Mobile banking</i>
BRI	120 juta	26,2 juta
Mandiri	21 juta	8,7 juta
BCA	21,9 juta	9 juta
BNI	9,7 juta	4,8 juta

Sumber: Laporan tahunan tiap bank (2020)

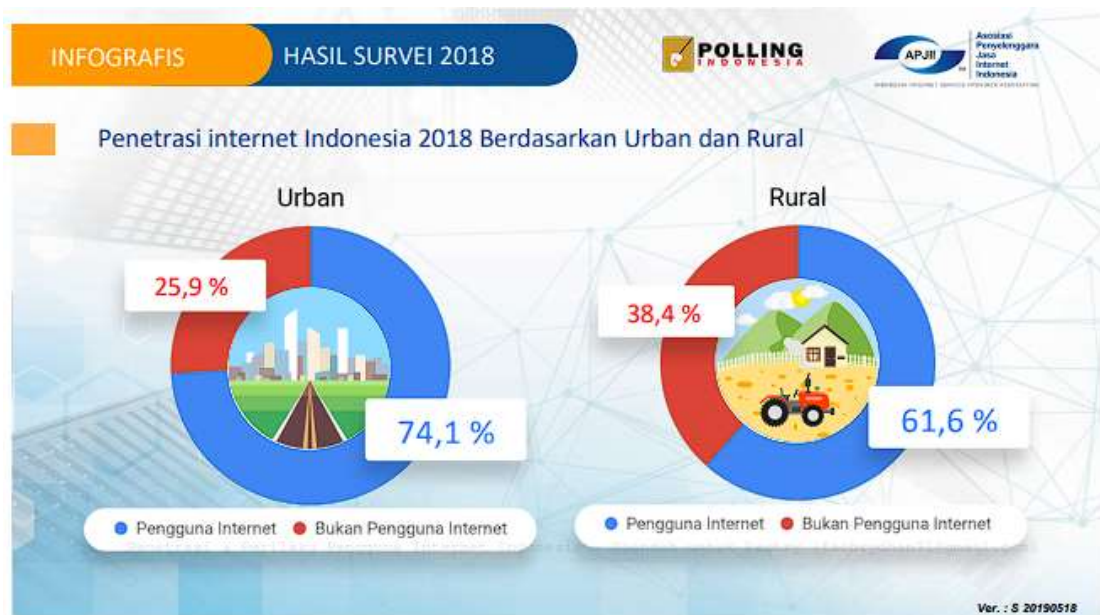
Berdasarkan data dari *annual report* setiap bank, setiap bank memiliki jumlah nasabah yang berbeda-beda. Pada bank BRI memiliki jumlah nasabah paling tinggi dengan total 120 juta pengguna. Kemudian pada bank BNI memiliki jumlah nasabah paling kecil dengan total 9,7 juta. Jumlah pengguna *mobile banking* pada setiap perbankan memiliki jumlah pengguna yang berbeda-beda. Jumlah pengguna *mobile banking* terbanyak ada pada bank BRI dengan total 26,2 juta pengguna di 2019. Kemudian pada bank Mandiri didapati 8,7 juta pengguna, nilai tersebut merupakan jumlah pengguna mandiri *online* dan mandiri internet *banking* sesuai yang terteta pada buku laporan tahunan 2019. Lalu pada bank BCA memiliki jumlah *mobile banking* sebanyak 9 juta pengguna. Kemudian yang terakhir pada bank BNI jumlah pengguna *mobile banking* ada sebesar 4,8 juta pengguna pada tahun 2019.



Gambar 1.9 Penetrasi Pengguna Internet di Provinsi Jawa Tengah

Sumber: APJII (2020)

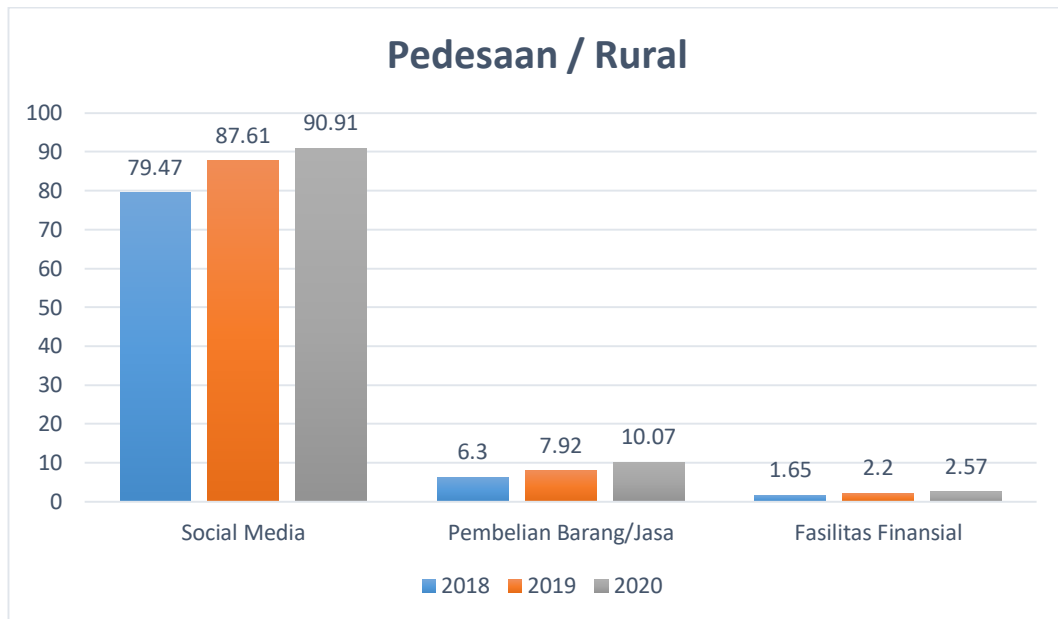
Berdasarkan gambar diatas penetrasi mengenai pengguna internet di pulau jawa, di dalamnya terdapat jawa tengah dengan jumlah penetrasi pengguna internet sebesar 76,8%. Nilai tersebut lebih kecil jika dibandingkan dengan provinsi DKI Jakarta dengan penetrasi pengguna internet sebesar 85%. Namun nilai penetrasi pada provinsi jawa tengah hanya berbeda sedikit dengan provinsi Jawa Timur dengan penetrasi pengguna internet sebesar 66,3% (APJII, 2020).



Gambar 1.10 Perbandingan Penetrasi Internet Urban dan Rural

Sumber: APJII (2018)

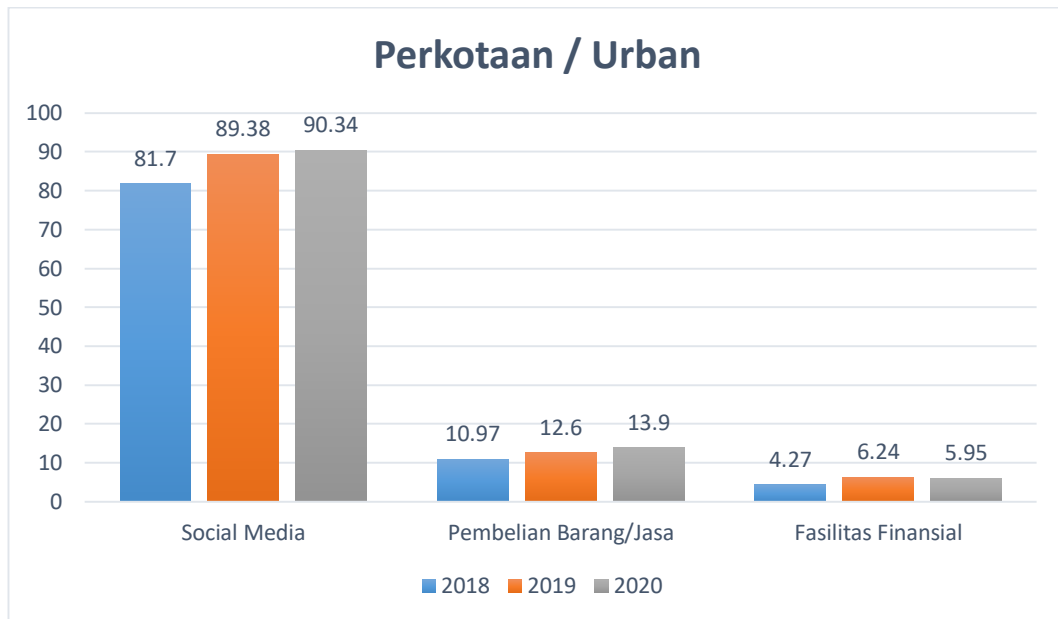
Berdasarkan sumber diatas menurut APJII (2018) penetrasi pengguna internet di Indonesia pada sektor rural terdapat 61,6% dan sisanya 38,4% bukan pengguna internet. Sedangkan pada sektor urban, penetrasi pengguna internet lebih besar sebesar 74,1% dan 25,9% bukan pengguna internet. Penelitian sebelumnya menyetujui bahwa setiap daerah di Indonesia memiliki akses internet yang dapat diandalkan di setiap daerah termasuk daerah pedesaan (rural) juga telah diidentifikasi sebagai faktor kunci untuk pembangunan (Pangestu et al., 2016).



Gambar 1.11 Persentase di Daerah Perkotaan yang Mengakses Internet (2018-2020)

Sumber: bps.co.id (2020)

BPS (2020) menerangkan pada jurnal laporan statistika kesejahteraan rakyat yang didalamnya menjelaskan salah satunya mengenai presentase pegakses internet di indonesia. Data diperoleh berdasarkan survey yang dilakukan oleh badan pusat statistik (BPS) indonesia dengan jumlah sample 345.000 untuk tahun 2020, 320.000 untuk tahun 2019, dan untuk tahun 2018 yang di sebar di 514 kabupaten/kota di indonesia. Pada gambar diatas menampilkan jumlah presentase masyarakat jawa tengah yang mengakses internet untuk keperluan social media, pembelian barang/jasa, dan penggunaan fasilitas finansial. Pada hasil surveynya mengalami kenaikan presentase di setiap tahunnya mulai dari tahun 2018 sampai 2020. Berdasarkan tiga kategori di atas penggunaan akses internet di jawa tengah paling banyak untuk keperluan social media dengan presentase 90,91% pada tahun 2020. Penggunaan akses internet untuk pembelian barang/jasa dengan persentase 10,07% pada tahun 2020. Sedangkan untuk penggunaan fasilitas finansial di presentasekan dengan 2,57% pada tahun 2020.



Gambar 1.12 Persentase di Daerah Pedesaan yang Mengakses Internet (2018-2020)

Sumber: bps.co.id (2020)

Menurut BPS (2020) pada jurnal laporan statistika kesejahteraan rakyat didalamnya menjelaskan salah satunya mengenai presentase pengakses internet perkotaan di Indonesia. Perolehan sample sama seperti data statistik pedesaan sebelumnya. Pada grafik di daerah perkotaan diatas presentase pada penggunaan akses internet untuk social media 90,34% pada tahun 2020. Penggunaan akses internet untuk keperluan pembelian barang/jasa dengan presentase 13,9% pada tahun 2020. Penggunaan akses internet untuk penggunaan finansial di presentasekan dengan 5,95% pada tahun 2020.

Produk domestik regional bruto (PDRB) merupakan acuan untuk menunjukkan seberapa besar sumbangan suatu sektor terhadap perekonomian suatu daerah. Semakin besar nilai sumbangan suatu sektor dalam PDRB, diperkirakan sektor tersebut dapat berkembang dan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah.

Tabel 1.4 PDRB atas dasar konstan 2010-2019

Indikator	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Nilai PDRB (miliar rupiah)	806.765	849.099	893.750	941.164	992.106
PDRB per Kapita (ribu rupiah)	23.887	24.959	26.089	27.287	28.576
Jumlah Penduduk (ribu orang)	33.774	34.019	34.258	34.491	34.718

Sumber: Jateng.bps.co.id (2020)

Menurut BPS (2020) Nilai Produk domestik regional bruto (PDRB) provinsi Jawa Tengah pada tahun 2019 atas dasar harga konstan 2010, mencapai Rp 992,10 triliun. Angka tersebut naik dari Rp941,16 triliun pada tahun 2018. Dengan kata lain selama tahun 2019 terjadi pertumbuhan ekonomi sebesar 5,41%. Pertumbuhan ekonomi tertinggi dicapai oleh kategori informasi dan komunikasi yakni sebesar 11,62%, hal ini sejalan dengan meningkatnya akses internet di Indonesia. Pertumbuhan positif (ekspansi) tertinggi dialami oleh lapangan usaha pertanian, kehutanan, dan perikanan sebesar 14,27%. Dan pada lapangan usaha industri pengolahan mendominasi struktur ekonomi Jawa Tengah pada triwulan I tahun 2020 dengan kontribusi sebesar 34,44%.

Dilihat dari sisi budaya, menurut Hofstede (2010) berdasarkan survey terhadap masyarakat di Indonesia memiliki tingkat budaya individualism yang rendah dibandingkan 4 tingkat kebudayaan lainnya berdasarkan teori Hofstede, hal ini menggambarkan tingkat kolektifitas di Indonesia yang tinggi, adanya preferensi tinggi dalam lingkup sosial dimana individu diharapkan untuk menyesuaikan diri dengan cita-cita masyarakat dan kelompok-kelompok di mana mereka berada, khususnya di daerah dengan tingkat kepadatan penduduk yang rendah. Menurut

Park et al., (dalam Baptista dan Oliveira, 2015) beberapa penelitian menyatakan bahwa faktor budaya harus termasuk dalam model penerimaan teknologi. Hal tersebut didukung oleh Srite dan Karahanna yang menyatakan bahwa nilai-nilai budaya memiliki peran yang penting sebagai moderator dalam penerimaan teknologi (Baptista dan Oliveira, 2015).

Dalam penelitian ini, penulis pun menggunakan salah satu model yang umum digunakan untuk mengetahui karakteristik perilaku terhadap adopsi suatu teknologi baru yaitu model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) oleh (Venkatesh et al., 2003). Kemudian penulis menggabungkan model UTAUT ini dengan faktor budaya oleh Hofstede (2010) dimana terdapat lima dimensi perbedayaan budaya dalam suatu negara yaitu *power distance*, *collectivism/individualism*, *masculinity/femininity*, *uncertainty avoidance*, dan *long term orientation/short term normative orientation*.

Power distance sejauh mana masyarakat menerima bahwa kekuasaan dalam institusi dan organisasi didistribusikan secara tidak merata, *individualism/collectivism* menekankan pada kondisi kemandirian yang memungkinkan karyawan untuk aktif dalam menentukan nasibnya atau saling ketergantungan untuk bekerja sama, *masculinity/femininity* sejauh mana nilai-nilai dominan adalah maskulin; yaitu ketegasan, kekuatan, kejantanan, dan tidak peduli orang lain atau sebaliknya nilai-nilai feminisme seperti kualitas hidup seseorang, *uncertainty avoidance* sejauh mana masyarakat merasa terancam oleh ketidakpastian, *long term orientation/short term normative orientation* mengacu pada nilai-nilai berorientasi masa depan seperti ketekunan dan penghematan dalam pertentangan dengan nilai-nilai masa lalu dan sekarang seperti tradisi dan memenuhi kewajiban nasional (Hofstede, 2010).

Pada penelitian sebelumnya (Khairani dan Giri, 2020) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang paling mempengaruhi niat nasabah dalam mengadopsi layanan *mobile banking* secara berurutan adalah *effort expectancy*, *performance expectancy*, dan *social influence*. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan dan adopsi dari *mobile banking* oleh nasabah empat bank ternama di Indonesia (BRI, BNI, Mandiri dan BCA)

pengguna *mobile banking* dan untuk mengetahui faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap penerimaan dan penggunaan *mobile banking* oleh nasabah Provinsi Jawa Tengah.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini berjudul **“ANALISIS MODEL UTAUT MODIFIKASI DENGAN BUDAYA SEBAGAI MODERATOR TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING DI JAWA TENGAH”**

1.3. Perumusan Masalah

Meningkatnya pengguna internet dan mobile di Indonesia dari tahun ke tahun, membuat perkembangan penggunaan *financial technology* salah satunya *mobile banking*. Di Indonesia telah terjadi peningkatan secara signifikan pada penggunaan *mobile banking* hingga total transaksi menggunakan *mobile banking* melebihi transaksi nasabah yang menggunakan ATM dan layanan perbankan lainnya. Transaksi perbankan menggunakan *electronic banking (E-Banking)* di Indonesia baik secara frekuensi maupun volume terus mengalami peningkatan (Khairani dan Giri, 2020). Namun data dari *wearesocial* mengenai aktivitas *mobile* di Indonesia, pengguna *mobile banking* masih cenderung rendah dibandingkan dengan pengguna layanan digital perbelanjaan.

Pada penelitian sebelumnya Budiman et al. (2020) berdasarkan pernyataan menteri komunikasi dan informatika, akses jaringan 4G di Indonesia dinilai sudah mampu memfasilitasi akses untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Permasalahan lainnya terlihat walaupun PDRB Jawa Tengah meningkat disetiap tahunnya, membuktikan bahwa perekonomian provinsi Jawa Tengah terus berkembang, namun masyarakat di Jawa Tengah dalam mengakses internet untuk penggunaan fasilitas finansial di perkotaan dan pedesaan di Jawa Tengah masih rendah jika dibandingkan dengan pembelian barang/jasa bahkan jauh persentasenya dengan penggunaan social media. Hal ini akan menjadi menarik ketika pengambilan keputusan dipadukan dengan perilaku masyarakat Jawa Tengah.

Berdasarkan penelitian sebelumnya tentang layanan *mobile banking* yang dilakukan oleh Khairani dan Giri (2020) menyatakan bahwa adanya pengaruh dimensi budaya pada niat nasabah menggunakan *mobile banking*. Maka dari itu

peneliti memiliki tujuan untuk menguji model UTAUT yang dimoderisasi dengan budaya untuk mengidentifikasi perilaku masyarakat Jawa Tengah. Maka dalam penelitian ini akan mencari faktor yang mempengaruhi niat perilaku nasabah dan pengaruhnya terhadap penggunaan *mobile banking* dengan moderasi budaya di provinsi Jawa Tengah.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi penelitian terdahulu yang menerapkan model UTAUT dalam penggunaan layanan *mobile banking*. Maka dari itu penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui fakta tentang faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* nasabah bank di Jawa Tengah dalam menggunakan *mobile banking* berdasarkan model UTAUT.

1.5. Manfaat Penelitian

Berikut kegunaan penelitian ini, diantaranya :

1. Aspek Teoritis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam bidang ekonomi dan pengembangan ilmu manajemen khususnya bidang perekonomian digital. Peneliti juga berharap penelitian ini bisa menjadi bahan acuan penelitian yang akan datang yang khususnya berkaitan dengan *behavioral intention* dalam penggunaan layanan *mobile banking* menggunakan model UTAUT.

2. Aspek Praktis

Penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dan penambahan pengetahuan untuk pihak perbankan di provinsi Jawa Tengah dalam mengetahui faktor yang berpengaruh pada kecenderungan nasabah bank dalam menggunakan *mobile banking* sebagai tujuan pemenuhan kebutuhan aktivitas pihak perbankan kepada nasabahnya.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Realibilitas, serta Teknik Analisis Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.