

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kafé berasal dari bahasan Prancis yaitu café yang berarti coffee dalam bahasa Indonesia yaitu kopi atau bisa disebut juga dengan kedai kopi (Herlyana, 2014).. Istilah ini muncul pada abad ke 18 di Inggris (Herlyana, 2014).. Kopi pertama kali masuk ke Eropa pada tahun 1669 saat utusan Sultan Mohammed IV berkunjung ke Prancis dengan membawa beberapa karung biji yang dikenal dengan nama coffee (Herlyana, 2014).

Menurut Marsum (2005) café adalah tempat makan dan minum dengan suasana yang santai, yang menyediakan tempat duduk didalam atau diluar ruangan. Kebanyakan café tidak menyajikan makanan berat, namun berfokus pada minuman kopi dan makanan ringan. Arti lain dari café adalah tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang mendekati restaurant dalam pelayanannya serta terdapat hiburan seperti alat musik, sehingga café di jadikan tempat bersantai (Marsum,2005). Seiring berkembangnya zaman, café semakin banyak dan luas serta hampir setiap kota terdapat usaha café.

Gambaran umum objek penelitian pada penulisan skripsi ini adalah UMKM Café di Kota Bandung. UMKM Café adalah usaha bisnis yang cukup populer dan menjadi tempat tongkrongan anak muda di Kota Bandung. UMKM Café ini mampu meraup omset yang cukup besar dan terus berkembang serta jumlahnya terus bertambah banyak di Kota Bandung. Objek Penelitian ini hanya berlingkup di Kota Bandung. Penerapan teknologi digital pada UMKM Café ini dapat memajukan dan mengembangkan bisnis serta memudahkan karyawan dan pekerjaan lebih efisien.

1.2. Latar Belakang Penelitian

UMKM adalah usaha mikro kecil dan menengah. Menurut UU No. 20 Tahun 2008, usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha dengan jumlah kekayaan maksimal Rp. 0-50 juta. UMKM adalah usaha ekonomi produktif mandiri yang dijalankan oleh perorangan atau badan usaha dengan jumlah aset melebihi Rp. 50-500 juta dan jumlah omset tidak lebih dari Rp. 2,5 miliar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif mandiri yang dijalankan oleh orang perseorangan atau cabang dari unit usaha yang bukan merupakan anak perusahaan, dengan jumlah kekayaan bersih Rp500 juta sampai di atas Rp10 miliar dan jumlah omzet Rp. 2,5 miliar hingga 50 miliar rupiah. Oleh karena itu UMKM sangat membantu bagi negara berkembang, serta kemajuan UMKM yang di dukungn dengan teknologi digital akan membuat UMKM di Indonesia semakin maju.

Teknologi digital baru berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Namun, strategi digital dapat digunakan oleh banyak pelaku usaha (Musnaini et al., 2020). Di tempat-tempat di mana ada keraguan dan di mana masih ada beberapa individu yang tidak yakin tentang kepraktisan penerapannya, ini hanya berlaku untuk mereka (Musnaini et al., 2020).

Konsep transformasi digital relatif baru jika dibandingkan dengan teknologi komputer. Gagasan tentang internet yang menjadi bagian dari ini dimulai pada tahun 1990 sebagai titik awal (Musnaini et al., 2020). Teknologi digital memunculkan penemuan media multifungsi seperti dokumen dan foto di mana sebagian besar informasi dapat ditulis di satu tempat. Digitalisasi menyentuh setiap bagian penting dari kehidupan, membuat kita menjalani kehidupan yang memengaruhi seperti bekerja, berbelanja, berangkat untuk menghadiri kelas, mendidik, dan hidup (Musnaini et al., 2020).

Praktik transformasi digital sering digunakan dalam bisnis. Teknologi digital telah memungkinkan terciptanya model bisnis baru. Transformasi Digital memerlukan penggunaan teknologi dasar dengan lebih dari 100 Miliar digunakan untuk menganalisis data dari teknik baru dan lama (Musnaini et al., 2020). Transformasi

Digital akan melakukan lebih dari sekedar teknologi. Praktik ini melibatkan orang, bisnis, dan teknologi di samping kebijakan yang lebih mapan untuk pertumbuhan atau ekspansi perusahaan (Musnaini et al., 2020). Kesuksesan berasal dari seberapa banyak data dibuat melalui teknologi, dengan cara yang memungkinkan bisnis berubah dengan cara lain (Musnaini et al., 2020).

Memasuki era digital saat ini dilandasi oleh adanya aktivitas sehari-hari dan kemajuan digital dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Meskipun globalisasi akan berdampak baik bagi perekonomian, namun tetap menjadi tantangan bagi generasi milenial di Indonesia dalam persaingan pasar yang menghadapi persaingan global saat ini.

Era teknologi digital harus dianggap serius agar bisa membawa manfaat bagi pengguna dan itu penting untuk diperhatikan dengan serius. Media pendidikan diperlukan bukan semata-mata dalam sebuah pembelajaran, tetapi untuk menguasai dan menggunakan teknologi secara tepat dan benar (Musnaini et al., 2020). Anak-anak dan remaja harus mengetahui manfaat dan risiko era digital ini dan apa yang tidak. Orang tua memiliki kecenderungan untuk menghakimi teknologi pada anak-anak mereka dan memiliki kecenderungan untuk menggunakannya atau tidak menggunakannya dengan benar (Musnaini et al., 2020). Jika penggunaan beberapa aplikasi membantu mereka mempertahankan pekerjaan, mereka perlu belajar untuk menggunakannya secara efektif, tanpa menimbulkan malapetaka, sehingga anda tidak dapat membuatnya meninggalkan dampak finansial dan emosional yang merugikan pada kehidupan orang (Musnaini et al., 2020).

Ide-ide inovatif dalam memungkinkan untuk memotong biaya data dan transaksi selama kecepatan revolusi industri milenium ke-4 sekarang. Sebagian besar supermarket yang keberadaannya terancam oleh pemasaran internet memiliki peluang yang memungkinkan setiap orang yang mengambil bagian untuk menciptakan hubungan yang berkembang menjadi kemakmuran.

Usaha kecil atau UMKM dapat menjangkau pasar yang dalam, dengan bantuan teknologi digital. Dahulu pemasaran memerlukan biaya untuk beriklan di TV, Radio

dan Cetak, atau online untuk pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi masa kini (Musnaini et al., 2020). Bahkan usaha kecil atau UMKM yang membangun situs web dapat memasarkan layanan ke seluruh Indonesia, dengan situs web, semua bisnis di dunia memiliki kemungkinan untuk menjangkau lebih banyak orang dengan produk dan layanan mereka. Semuanya dapat dikontrol dari mana saja dengan menggunakan gadget dan perangkat di internet dengan ponsel (Musnaini et al., 2020). Ini memberikan rasa tempat dan membantu orang-orang yang bergerak di dunia bisnis yang sibuk dan untuk ekonomi kreatif, sehingga juga merupakan dorongan untuk ekonomi digital (Musnaini et al., 2020). Email, penggunaan website dan aplikasi, manajemen produk online dan pembelian online sepertinya menjadi hal yang bisa kita ingat secara sederhana (Musnaini et al., 2020).

Peluang ini telah membawa Indonesia ke ambang pintu kebutuhan untuk memperluas perekonomian. Berdasarkan hal tersebut maka setiap produk di seluruh Indonesia memiliki potensi untuk bersaing di tingkat global. Menciptakan produk inovatif adalah bagian penting yang dapat membedakan komunitas satu sama lain, sehingga pasar online dapat menjadi solusi yang memungkinkan produksi dan penjualan produk tersebut kepada konsumen di seluruh dunia.

Perubahan lanskap dari kegiatan inovatif yang disebabkan karena adopsi teknologi digital telah mempengaruhi beberapa daerah (Musnaini et al., 2020). Penelitian saat ini menunjukkan bagaimana teknologi modern memungkinkan para teknisi untuk menulis ulang tindakan kewirausahaan untuk mendorong pertumbuhan yang lebih cepat dan pembentukan pekerjaan dengan pertumbuhan yang lebih tinggi. Dilaporkan bahwa teknologi modern dapat membantu perusahaan dari berbagai ukuran (Musnaini et al., 2020). Studi tersebut menunjukkan bahwa teknologi saat ini dapat mendukung pertumbuhan usaha kecil dan menengah dalam hal keuntungan berkelanjutan dan kontribusi terhadap pembangunan daerah (Musnaini et al., 2020). Para penulis menggambarkan bagaimana UMKM dapat bertahan dan menyesuaikan diri dengan guncangan eksternal. Kekuatan bisnis dengan ukuran yang bervariasi dikatakan memiliki sifat spesifik yang sejalan. (Musnaini et al., 2020).

Teknologi digital secara positif dapat memengaruhi perusahaan pemula serta memiliki fungsi sebagai alat untuk membantu mengurangi kemiskinan. Namun pada Penerapannya belum dapat terlihat hasil yang optimum. Para ahli tidak dapat mengambil pilihan untuk mengubah ketahanan bisnis mereka menggunakan teknologi digital, berkat skenario yang membuat mereka mempertanyakan bagaimana mempertahankan pelanggan potensial di dunia yang mati. Kasus ini memengaruhi bisnis dengan berbagai cara seperti mengubah operasi bisnis dan menggunakan teknologi digital untuk menjaga ekonomi tetap kuat. Kesulitan ini juga mempengaruhi UMKM yang perlu mengubah operasi bisnis mereka dengan teknologi digital modern untuk menciptakan nilai ekonomi dan sosial yang tangguh.

Menerapkan teknologi digital dapat menjadi metode untuk menuai keuntungan, tetapi pendekatan satu ukuran cocok untuk semua yang melibatkan para sarjana dalam lebih banyak pendidikan tentang perusahaan pemula dan lebih berwirausaha bahkan untuk perusahaan kecil akan lebih mencerminkan aspek-aspek yang dapat memengaruhi usaha pemula (Musnaini et al., 2020). Dikatakan dalam konteks bahwa *start up* dipaksa untuk menggunakan banyak teknik digital *modern* saat mengakses sumber daya dan peluang mereka untuk memanfaatkan saham mereka yang tidak beraturan (Musnaini et al., 2020). Konsep ini menguatkan teori *Resource-Based View* (RBV). Teori RBV merupakan teori yang banyak diperbincangkan dan sering dijadikan acuan dalam membahas analisis lingkungan internal organisasi. Teori ini seringkali diperdebatkan oleh para ahli yang berkaitan dengan model RBV. Menurut Mahoney dan Pandian (1992) RBV adalah sesuatu yang sangat berkaitan dengan perolehan margin dan kombinasi sumber daya yang tidak mudah untuk ditiru atau digantikan termasuk di dalamnya adalah *tangible* dan *intangible assets*. Prinsip RBV berkaitan dengan teori keunggulan bersaing dan untuk memperoleh *sustainable competitive advantage* mengharuskan perusahaan untuk memperoleh *economic rents* atau *return*.

Persepsi baru adalah bahwa pengusaha harus membiarkan diri mereka melihat peluang yang tersedia bagi mereka dan menggunakan teknologi digital secara efisien untuk mengatasi lingkungan bisnis berkecepatan tinggi yang mudah berubah (Musnaini

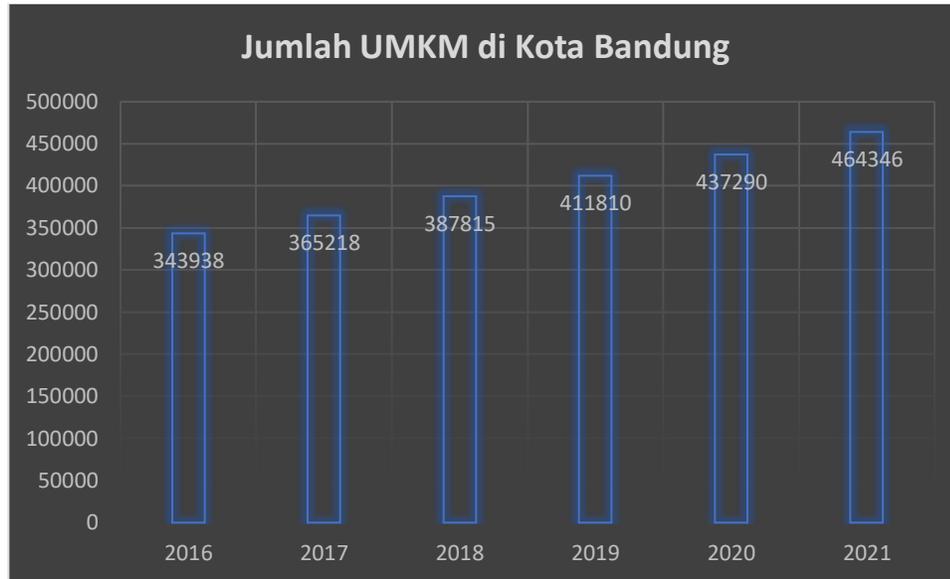
et al., 2020). Konsep ini sesuai dengan teori *Dynamic Capability View* (DCV). *Dynamic Capability View* (DCV) adalah sebuah pendekatan yang menjelaskan bagaimana perusahaan dapat menghadapi lingkungan bergejolak melalui pembaharuan, pengkoordinasikan, pengintegrasian, dan konfigurasi ulang sumber daya dan kemampuan mereka (Wang dan Ahmed, 2007). *Dynamic Capability View* (DCV) merupakan pandangan dalam manajemen yang telah mendominasi pembicaraan selama beberapa dekade terakhir (Schilke, 2014). Teknologi digital mutakhir dapat meningkatkan peluang hidup perusahaan pemula dan orang-orangnya di wilayah tersebut (Musnaini et al., 2020). Jika UMKM memberikan nilai ekonomi dan sosial, kinerja mereka dapat meningkat (Musnaini et al, 2020).

Pengenalan pertumbuhan digital diharapkan dunia bisnis dapat memodifikasi proses bisnisnya sendiri agar tetap kompetitif di masa ketika industri menjadi *digitally-knowledge* dan *future-proof* (Yazid et al., 2022). Mengubah realitas bisnis memerlukan penyelarasan proses bisnis dengan TI lini depan, sesuatu yang memerlukan kerja sama perusahaan yang harus menyesuakannya sejalan dengan teknologi dan praktik industri yang terus berkembang (Yazid et al., 2022). Pemilik atau pelaku usaha dapat menggali peluang yang ada saat menggunakan teknologi dalam transformasi digital, serta meningkatkan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dalam menjalankan bisnis (Yazid et al., 2022).

Transformasi digital bisa menyebabkan bangkrutnya bisnis UMKM, jika tidak ada komitmen yang dilakukan dari hari ke hari, seperti halnya semua jenis bisnis. Operasional perusahaan, dan mewabahnya Covid 19 yang menyebabkan masyarakat mengalami penurunan pemanfaatan teknologi, menyebabkan perbedaan produktivitas tersebut, hal ini dipengaruhi oleh hukum alam waktu (Pangandaheng et al., 2022).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah, yang dikenal sebagai UMKM, memainkan peran utama di Indonesia, dan seiring dengan bertambahnya tenaga kerja dan meningkatkan perekonomian di negara ini. Mereka terus meningkat di Indonesia dalam 1 tahun terakhir jadi ini adalah tanda bahwa mereka adalah bagian sentral dari perekonomian

negara ini. Di kota Bandung mereka juga terus meningkat tiap tahunnya, ada juga data UMKM dari tahun ke tahun nya, yaitu sebagai berikut :



Gambar 1.1. Jumlah UMKM di Kota Bandung

Sumber : Dinas Kependudukan Kota Bandung, 2021

Berdasarkan data di atas yang di dapat dari dinas kependudukan Kota Bandung, dari tahun 2016 hingga tahun 2021 UMKM di kota Bandung terus meningkat dan semakin banyak. Maka persaingan pelaku usaha UMKM akan semakin meningkat tiap tahunnya. Oleh karena itu mereka harus menonjolkan keunikan dari usahanya dan menerapkan teknologi digital pada usahanya agar dapat bersaing dengan UMKM lainnya. UMKM café di kota Bandung terus meningkat dan semakin banyak jumlahnya. Ada juga data UMKM Café dari tahun ke tahun nya, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1. Jumlah Café Di Kota Bandung

Tahun	Jumlah Café
2016	14
2017	14
2018	41
2019	41
2020	50
2021	99

Sumber : Dinas Kependudukan Kota Bandung, 2021

Berdasarkan data di atas tercatat bahwa dari tahun 2016 hingga tahun 2021 jumlah café terus meningkat setiap tahunnya. Terutama pada tahun 2021 jumlah café meningkat pesat dari pada tahun sebelumnya. Hal ini mengakibatkan persaingan dalam usaha café di kota Bandung semakin sengit. Dengan terjadinya peningkatan persaingan maka mereka perlu menonjolkan ciri khas nya masing-masing dan keunikannya masing-masing, mereka yang memiliki kelebihan dalam penggunaan teknologi digital pada usahanya memiliki keunggulan yang lebih maju dari yang lainnya.

Menurut informasi yang didapatkan dari dinas kependudukan Kota Bandung bahwa UMKM Café di Kota Bandung yang belum menerapkan teknologi digital pada usahanya terdapat sebanyak 79% UMKM café belum menerapkan teknologi digital. Dapat di prediksi dari jumlah UMKM Café pada tahun 2021 sebanyak 99 UMKM Café, maka masih terdapat 78 UMKM Café yang belum menerapkan teknologi digital.

UMKM Café Digital di Kota Bandung akan menjadi segmen terbesar dari industri bisnis ini ke depan, dan ini adalah tempat yang baik untuk berbisnis karena ada lebih banyak peluang di luar sana saat ini. Mereka ingin bisnis mereka sukses dan bersaing. Rencana yang efisien dan efektif diperlukan untuk membuka usaha baru. Modal yang diperlukan kecil untuk memungkinkan pengusaha memulai bisnis digital. Ancaman

terbesar bagi mereka adalah keterbatasan kemampuan teknologi (teknologi generasi ke-4) dan jaringan, dengan jaringan berbasis internet lebih mudah diatasi.

UMKM Café di Kota Bandung sudah sangat berkembang pesat, hal tersebut dapat dilihat dari beberapa pelaku UMKM Café yang menerapkan teknologi digital dalam menjalankan usahanya. Dengan adanya teknologi digital ini dapat memberikan kemudahan dan menciptakan peluang bisnis serta lapangan pekerjaan bagi masyarakat di Kota Bandung. Mereka tidak terlepas dari inovasi digitalisasi. Penerapan teknologi digital mengharuskan mereka untuk mengetahui bagaimana kesiapan pasar dalam menerima perubahan teknologi digital. Teknologi digital diharapkan mampu memperbaiki kinerja mereka dan juga menjangkau konsumen yang lebih luas.

Lebih banyak kesadaran tentang evolusi digital perlu tersedia bagi bisnis untuk menggunakannya dalam berbagai proses bisnis. Mereka harus mencari peluang teknologi yang cepat dikonsumsi oleh masyarakat di komunitasnya. Penelitian ini akan mendeskripsikan sebuah fenomena baru bagi karyawan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yaitu transformasi digital.

1.3. Perumusan Masalah

Pertumbuhan teknologi digital yang cepat dan adopsinya oleh UMKM telah secara drastis mengubah lanskap keseluruhan kegiatan kewirausahaan dan telah berdampak pada pembangunan regional. Penelitian saat ini tentang kewirausahaan, inovasi, dan munculnya teknologi modern, telah menyoroti bagaimana UMKM yang diberdayakan teknologi mencoba untuk membentuk kembali kegiatan kewirausahaan mereka dan mendorong pertumbuhan mereka (Vrontis et al, 2022). Kewirausahaan memiliki signifikansi sosial sebagai "kekuatan ekonomi paling potensial yang pernah dialami dunia" (Aldianto et al, 2018). Hal ini sejalan bahwa kesejahteraan ekonomi adalah yang paling penting bagi suatu bangsa jika dibandingkan dengan penerapan inovasi yang efektif, padahal inovasi juga memiliki krusial bagi pertumbuhan ekonomi (Aldianto et al, 2018). Terdapat studi tentang bagaimana teknologi digital modern dapat membantu perusahaan dengan berbagai ukuran, terutama usaha mikro, kecil dan menengah

(UMKM), dapat mempertahankan momentum pertumbuhan mereka, mempercepat kegiatan bisnis mereka, dan berkontribusi pada pengembangan regional (Vrontis et al, 2022). Beberapa studi menunjukkan bagaimana UMKM mengalami berbagai kendala, tetapi mereka mampu bertahan dan menyesuaikan diri dengan kendala eksternal yang ada (Vrontis et al, 2022). Beberapa studi mengamati bahwa kemampuan perusahaan berukuran berbeda untuk berinovasi dan tumbuh terkait erat dengan sifat spesifik mereka (Vrontis et al, 2022). Inovasi dan pertumbuhan tersebut ditemukan bergantung pada konteks kelembagaan dan regional (Vrontis et al, 2022).

Berdasarkan latar belakang di atas, ada beberapa UMKM Café yang belum mengadopsi teknologi digital pada perkembangan teknologi yang modern ini serta masih banyak UMKM Café yang belum memaksimalkan teknologi digital pada UMKM nya dan minimnya pemahaman teknologi digital membuat UMKM Café tidak maksimal menjalankan usahanya dengan menadopsi teknologi digital yang tepat guna. Di samping itu terdapat beberapa karyawan yang kesulitan dalam menggunakan teknologi digital dan menyebabkan kesulitan dalam menciptakan nilai ekonomi dan sosial yang Tangguh. Teknologi digital mutakhir dapat meningkatkan peluang hidup UMKM Café. Jika UMKM memberikan nilai ekonomi dan sosial, serta kinerja mereka dapat meningkat. Oleh karena itu UMKM Café perlu memahami dengan lebih baik lagi tentang teknologi digital dan *value creation* agar dapat meningkatkan kinerja UMKM Café.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian di atas, maka terdapat beberapa masalah yang dapat dirumuskan menjadi :

1. Seberapa besar *Social media application* mempengaruhi *value creation* pada UMKM Café di Kota Bandung ?
2. Seberapa besar *AI-enabled applications* mempengaruhi *value creation* pada UMKM Café di Kota Bandung ?

3. Seberapa besar *Big data analytics* mempengaruhi *value creation* pada UMKM Café di Kota Bandung ?
4. Seberapa besar *IoT applications* mempengaruhi *value creation* pada UMKM Café di Kota Bandung ?
5. Seberapa besar *Blockchain applications* mempengaruhi *value creation* pada UMKM Café di Kota Bandung ?
6. Seberapa besar *value creation* mempengaruhi *SME performance* pada UMKM Café di Kota Bandung ?

1.5. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang penelitian dan perumusan masalah yang telah ada, maka penulisan penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Social media application* terhadap *value creation* pada UMKM Café di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *AI-enabled applications* terhadap *value creation* pada UMKM Café di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Big data analytics* terhadap *value creation* pada UMKM Café di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *IoT applications* terhadap *value creation* pada UMKM Café di Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Blockchain applications* terhadap *value creation* pada UMKM Café di Kota Bandung.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Value Creation* terhadap *SME performance* pada UMKM Café di Kota Bandung.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan informasi yang jelas untuk akademik maupun praktis sebagai berikut, diantaranya :

1. Secara Akademik

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis, serta untuk mengembangkan ilmu kebidangan *Start-Up and Small Business Development* (SSBD) dengan memberikan kontribusi kasus kewirausahaan pada UMKM Café di Kota Bandung.
- b. Sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi para peneliti yang berminat dalam penelitian selanjutnya, khususnya mengenai kewirausahaan UMKM di Indonesia.

2. Secara Praktis

Sebagai bahan rujukan bagi UMKM Café dalam upaya mengembangkan bisnisnya menggunakan teknologi dan penerapan penciptaan nilai pada *SME Performance*. Oleh karena dari penelitian ini dapat diperoleh informasi langsung dari beberapa karyawan atau pekerja UMKM Café tentang harapan mereka serta penilaian mereka terhadap penerapan teknologi digital dan dampaknya pada kinerja UMKM. Sehingga saran dan keluhan karyawan dapat segera ditindak lanjuti dan dapat dijadikan umpan balik (*feed back*) untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja UMKM. Sedangkan kegunaan bagi jangka panjang antara lain adalah sebagai bahan pertimbangan atau prediksi bagi UMKM Café yang akan dikembangkan di masa yang akan datang.

1.7. 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 yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Pertanyaan

Penelitian, 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 penelitian yang diakhiri dengan hipotesis.

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, Jenis Variabel dan Skala Pengukuran, Operasionalisasi Variabel, Tahapan Penelitian, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa 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 hasil 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.