

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1 Profil Bukit Ciampea Asri

PT. Bayu Cahaya Gemilang adalah perusahaan yang beroperasi di sektor pengembangan real estat yang berorientasi pada Pembangunan perumahan, investasi dan manajemen aset. Berdiri pada tahun 2016, saat ini PT. Bayu Cahaya Gemilang mengembangkan produk kompleks perumahan Ciampea Hill Asri merupakan akomodasi komersil yang murah dan mewah dan ada konsep bagus di kawasan bogor. Perusahaan didirikan di Kota Tangerang berdasarkan Akta Notaris yang dibuat oleh Notaris Dewi Sukardi, S.H., M.Kn., serta telah memperoleh persetujuan dari Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui surat keputusan Nomor AHU-0484.A H.02.02 - Tahun.2010 pada Tanggal 4 Mei 2016.

PT. Bayu Cahaya Gemilang saat ini beroperasi di Tangerang. Dalam rangka pengembangan produk Bukit Ciampea Asri, PT. Bayu Cahaya Gemilang berkomitmen untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui penerapan manajemen teknologi. Komitmen perusahaan tersebut dibangun dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara nyata dengan menghasilkan karya konstruksi yang berkualitas dan tepat waktu.

1.1.2 Visi dan Misi PT. Bayu Cahaya Gemilang

a. Visi

Menjadi pengembang yang unggul dan menjadi solusi bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan papan (tempat tinggal) dengan nuansa asri.

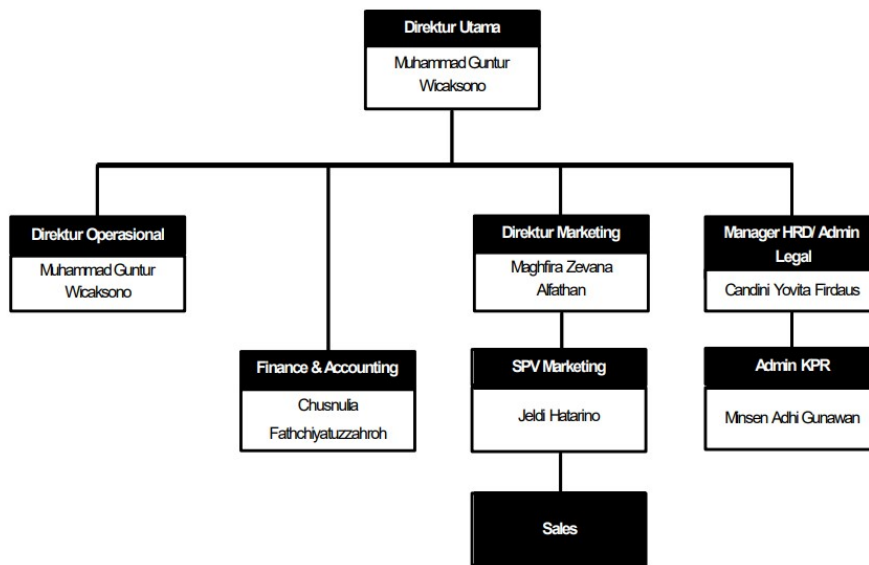
b. Misi

1. Menciptakan manajemen yang profesional, berkualitas dengan, menjalankan perencanaan kerja yang matang.
2. Menciptakan sistem kerja terintegrasi yang efektif, efisien serta produktif.

3. Menciptakan karyawan-karyawan yang berpotensi, jujur, berkualitas serta memiliki produktifitas tinggi sehingga dapat dipercaya oleh pelanggan.
4. Menghasilkan properti yang berkualitas, bernilai tinggi dan dapat mendukung program pemerintahan dalam hal pengadaan perumahan rakyat.
5. Menawarkan hunian yang berkualitas dengan harga yang kompetitif.
6. Memberikan nilai tambah bagi seluruh stakeholder dan menciptakan produk inovatif.

1.1.3 Struktur Organisasi PT. Bayu Cahaya Gemilag

PT. Bayu Cahaya Gemilang memiliki struktur organisasi yang menjelaskan masing – masing divisi sebagai berikut.



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi

Sumber: Data Perusahaan (2022)

1.2 Latar Belakang Penelitian

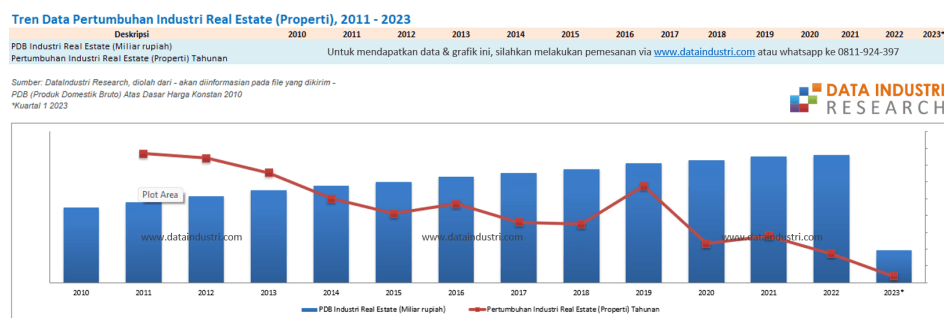
Dalam beberapa dekade terakhir, industri properti Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Perkembangan ini didorong oleh pertumbuhan

ekonomi nasional, pergeseran perspektif masyarakat, dan peningkatan kebutuhan akan fasilitas komersial dan perumahan (Rifky, 2023). Secara khusus, perubahan pertumbuhan ini ditunjukkan oleh perubahan jumlah perusahaan yang beroperasi di sektor properti di Indonesia, baik lokal maupun internasional. Sektor properti memainkan peran yang signifikan dalam ekonomi Indonesia. Selain menjadi penopang ekonomi, industri ini mempekerjakan banyak orang, menunjukkan betapa pentingnya pertumbuhan industri properti di Indonesia. Perkembangan industri properti Indonesia didorong oleh berbagai faktor, termasuk pertumbuhan ekonomi yang pesat dan pembangunan infrastruktur yang pesat. Pemerintah Indonesia terus berusaha memperbaiki infrastruktur di seluruh negeri, menciptakan kondisi yang mendukung pertumbuhan industri *property* (Rifky, 2023). Selain itu, pergeseran gaya hidup masyarakat memengaruhi pertumbuhan industri ini. Namun seiring dengan perkembangan tersebut, industri properti di Indonesia juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Misalnya, harga tanah yang tinggi, biaya konstruksi yang tinggi, dan kebijakan pemerintah yang terus berubah dan berkembangnya era digital saat ini. Selain itu, tingginya suku bunga dan ketidakpastian ekonomi dapat menghalangi pertumbuhan industri ini. Saat ini kenaikan suku bunga karena memiliki banyak efek. Jika perbankan di Indonesia menaikkan suku bunga KPR, hal ini akan berdampak pada permintaan karena biaya pembelian properti dan cicilan akan menjadi lebih tinggi. Selain itu, kenaikan suku bunga pinjaman bank untuk pengembang akan meningkatkan biaya pengembangan, yang pada gilirannya akan berdampak pada harga rumah (Hariyanto, 2023). Namun, di balik kesulitan tersebut, ada banyak peluang yang dapat dimanfaatkan. Peningkatan penduduk, pendapatan per kapita, dan urbanisasi adalah salah satu dari banyak faktor yang dapat berpotensi mendorong pertumbuhan sektor properti di Indonesia yaitu variabel ekonomi, sosial, dan kebijakan yang kompleks (Rifky, 2023).

Perusahaan *real estate* adalah jenis perusahaan yang fokus pada pembangunan properti, seperti rumah, apartemen, kantor, dan bangunan lainnya. Karena kebutuhan manusia akan tempat tinggal dan aktivitas tidak pernah berkurang, keberadaan

perusahaan ini dianggap penting dan stabil. Setiap orang ingin memiliki properti dan menggunakannya sesuai kebutuhan dan preferensinya (Pramudya dkk., 2024). Properti mencakup aset yang tidak dapat kita miliki atau lihat secara langsung, seperti *real estate*, atau bentuk investasi seperti saham dan obligasi (Pramudya dkk., 2024). Faktor-faktor di industri ritel seperti musim tren *digital*, kondisi ekonomi, promosi, dan persaingan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola permintaan konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pelaku bisnis untuk terus mengamati dan mempertimbangkan faktor-faktor ini agar mereka dapat membuat peramalan permintaan yang akurat (Lyrid, 2021).

Di masa mendatang, sektor properti akan menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Sektor ini harus menunjukkan tingkat kreativitas dan inovasi yang lebih tinggi daripada bergantung pada pendekatan konvensional. Di era *digital* saat ini, teknologi yang berkembang pesat harus dimanfaatkan sepenuhnya. Saat ini, salah satu faktor yang mendorong pertumbuhan perusahaan properti di Indonesia adalah teknologi. Indonesia telah menjadi negara yang mengadopsi teknologi digital dengan cepat, bahkan lebih cepat dari Brasil dan Cina. Pola penggunaan konten *digital* masyarakat juga telah berubah. Hal ini dapat menjadi dasar bagi setiap bisnis untuk meningkatkan kinerjanya dengan memanfaatkan teknologi selama proses digitalisasi. Dalam hal ini ada beberapa sektor perusahaan yang mengalami ketidakstabilan penurunan dan peningkatan pertumbuhan perusahaan, salah satunya dalam pertumbuhan perusahaan properti di Indonesia (Pramudya dkk., 2024).



Gambar 1. 2 Grafik Data Pertumbuhan Industri

Sumber: (Data Industri Research, 2023)

Bedasarkan dari gambar 1.2 yang diambil dari tren data pertumbuhan industri *real estate*, pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 12,5% sampai tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 14,29% karena terjadi covid-19 yang membuat semua sektor industri mengalami penurunan, di tahun 2021 sampai 2022 mengalami penurunan sebesar 16,67% dan di tahun 2022 mengalami penurunan kembali sebesar 20% sampai 2023 mengalami penurunan yang cukup drastis. Bisa dilihat bahwa industry *real estate* masih kurang stabil dalam sektor industrinya.

Perusahaan properti di Indonesia menghadapi tantangan besar karena kemajuan teknologi yang pesat. Karena adanya peningkatan perubahan, persaingan, ketidakpastian, dan kompleksitas, industri jasa terus berkembang. Situasi ini menciptakan persaingan yang sangat ketat antar bisnis, didorong oleh peningkatan jumlah pesaing, peningkatan jumlah pengguna jasa, dan perkembangan teknologi yang cepat. Perusahaan properti di Indonesia menghadapi tantangan besar karena kemajuan teknologi yang pesat. Karena adanya peningkatan perubahan, persaingan, ketidakpastian, dan kompleksitas, industri jasa terus berkembang. Situasi ini menciptakan persaingan yang sangat ketat antar bisnis, didorong oleh peningkatan jumlah pesaing, peningkatan jumlah pengguna jasa, dan perkembangan teknologi yang cepat (Pramudya dkk., 2024). Perubahan pola permintaan lain menyebabkan stok properti komersial berlebihan. Banyak properti sudah tidak ada lagi atau tidak laku dijual, karena *e-commerce* menjadi lebih populer, pengusaha tidak akan memerlukan banyak tempat untuk menjual barang mereka.

Salah satunya juga dari pandemi COVID-19 tahun 2020 memengaruhi pasar properti, khususnya pasar properti komersial di kota-kota besar. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) diberlakukan selama beberapa bulan di Jakarta, contohnya, menyebabkan penurunan permintaan di semua sektor properti, terutama properti komersial. Menurut Kemenkeu Republik Indonesia (2020), Perekonomian terganggu dan pertumbuhan ekonomi terhambat oleh virus covid-19. Pasar properti domestik, yang telah mengalami penurunan selama lima tahun terakhir, juga dikhawatirkan akan terkena dampak proyeksi pertumbuhan ekonomi yang lamban. Karena covid-19,

pasokan pengembang diperkirakan akan berkurang. Kondisi ini masuk dalam kategori buruk karena karantina sosial atau fisik yang diterapkan untuk mencegah penyebaran virus corona telah menghentikan aktivitas kerja dan usaha masyarakat selama hampir sebulan toko tutup dan banyak orang tetap bekerja di rumah. Karena itu, banyak calon pembeli menunggu untuk membeli properti karena pengembang menahan proyek properti baru (Nurpita & Wardani, 2021).

Pandemi COVID-19 yang melanda di Indonesia sejak maret 2020 telah berdampak besar pada banyak industri, termasuk sektor properti. Akibatnya, sejumlah proyek properti tertunda. Pandemi juga mengurangi daya beli konsumen. Situasi ini juga berdampak pada tingkat penyerapan rumah dan apartemen kelas menengah ke bawah, yang sebelumnya menjadi penopang utama pasar properti Indonesia. Sementara itu, pembeli dari segmen menengah atas cenderung menunda pembelian properti dan memilih untuk menunggu penurunan krisis yang diakibatkan oleh pandemi. Banyak industri di Indonesia terkena dampak pelambatan ini, termasuk properti (Sasongko & E, 2022). Lalu mayoritas harga properti, termasuk rumah, apartemen, dan mobil, mengalami penurunan yang signifikan. Penurunan ini disebabkan oleh penurunan permintaan properti yang disebabkan oleh peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pengeluaran di tengah pandemi. Menurut (Setyaningsih, 2021) dalam *Website Kemenkeu* (2021), penurunan harga properti tidak selalu berdampak buruk. Bagi beberapa orang yang masih memerlukan properti sebagai kebutuhan utama, penurunan harga properti dapat menjadi keuntungan. Selain itu, penawaran yang menawarkan penurunan suku bunga dan kemudahan transaksi telah mendorong orang untuk berpartisipasi dalam transaksi properti. Beberapa faktor dapat berkontribusi pada penurunan penjualan properti residensial; ini termasuk kenaikan harga bahan bangunan, masalah perizinan dan birokrasi, tingginya proporsi uang muka dalam pengajuan KPR, dan masalah perpajakan (Setyaningsih, 2021). Bisnis properti dapat sangat dipengaruhi oleh perubahan kebijakan pemerintah, seperti kebijakan pajak dan perizinan pembangunan, antara lain (Dewantoro, 2023).

Tabel 1. 1 Produk Perumahan Pesaing di Bogor

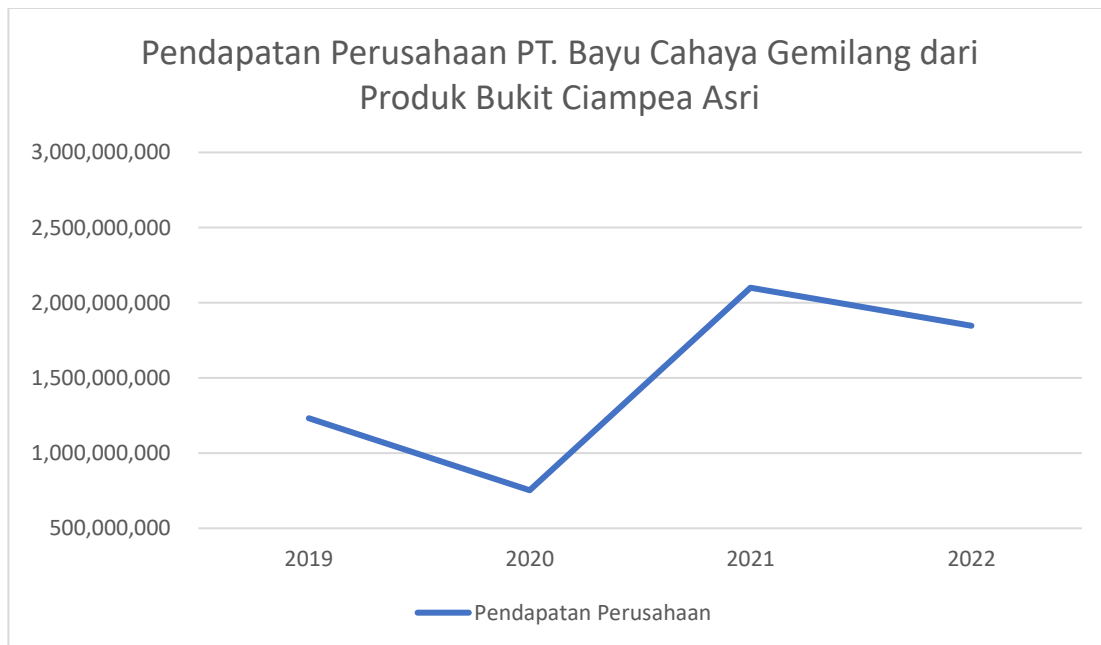
No	Nama Perusahaan
1	Puri Araya
2	Dramaga Palm Resort
3	Green Dramaga Residen
4	Greenland River Villa
5	Tasnim
6	Golden Valley

Sumber: Data yang telah diolah (2022)

Pada PT. Bayu Cahaya Gemilang memiliki produk perumahan yaitu Bukit Ciampea Asri menjadi salah satu bisnis perumahan yang bisa bertahan di bogor. Merintis awal pada tahun 2018 menjadi sebuah keputusan yang cukup berani karena langsung terjun dalam industri *real estate*. Bisnis perumahan bukit ciampea asri memiliki target market masyarakat kalangan menengah kebawah, bukit ciampea asri memiliki tipe perumahan yaitu tipe 30 dengan harganya sekitar 360 juta dengan tipe cluster perumahan. Di Indonesia, sektor *property* mengalami pertumbuhan yang pesat. Beberapa faktor seperti peningkatan jumlah penduduk, dan kebutuhan akan perumahan mempengaruhi pertumbuhan ini. Berdasarkan dari tabel 1.1 diatas Bukit Ciampea Asri memiliki pesaing atau *competitor* dari data diatas yang juga tarket marketnya kalangan menengah kebawah dan memiliki tipe cluster juga harga yang kurang lebih sama yang cukup menimbulkan persaingan antar *competitor*. Kota Bogor, yang berada di provinsi Jawa Barat, dikenal memiliki pasar properti yang cukup menjanjikan. Kota ini menarik minat investor properti karena ekonominya yang stabil dan infrastrukturnya yang terus berkembang. Pasar properti Bogor menarik karena peningkatan permintaan properti yang signifikan. Faktor-faktor seperti perubahan gaya hidup masyarakat, urbanisasi, dan pertumbuhan populasi merupakan pendorong utama permintaan ini. Bogor, kota yang terus berkembang, menarik orang untuk tinggal dan berinvestasi di properti(Ridwan, 2023).

Bukit Ciampea Asri dapat dikatakan berhasil dalam mengeksekusi pangsa pasar tersebut, karena dapat bertahan hingga sekarang. Hal ini juga disebabkan karena pada awal berdiri cukup lumayan untuk masyarakat yang ingin beli rumah. Menarik minat

calon pembeli atau penyewa dapat menjadi tantangan besar dalam industri properti yang kompetitif. Mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif dan menonjol serta melakukan penelitian pasar yang mendalam adalah cara untuk mengatasi hal ini. Pemilihan properti yang terletak secara strategis dan memiliki fasilitas dan infrastruktur terbaik juga penting untuk menarik minat pembeli atau penyewa. Pasar properti sangat dinamis dan seringkali tidak dapat diprediksi. Bisnis dapat menghadapi masalah besar jika terlalu bergantung pada fluktuasi pasar (F. Dewantoro & Zuhair, 2023)



Gambar 1. 3 Grafik Pendapatan Perusahaan

Sumber: Data Perusahaan (2022)

Berdasarkan dari gambar 1.3 diatas grafik menunjukkan pendapatan PT. Bayu Cahaya Gemilang dari penjualan produk perumahan Bukit Ciampea Asri Tahun 2019 sampai Tahun 2022, bisa dilihat pendapatan PT. Bayu Cahaya Gemilang sangat fluktuatif sekali. Di tahun 2021 mengalami kenaikan yang cukup drastis karena kondisi yang mulai pulih. Salah satu faktor pendorong yaitu kebijakan pemerintah yang mendukung pertumbuhan terhadap industry *real estate* seperti penurunan suku bunga serta insentif pajak, dan pertumbuhan ekonomi Indonesai mulai pulih yang

menyebabkan ada peningkatan daya beli Masyarakat. Setiap tahunnya mengalami penurunan dan peningkatan dalam pendapatannya, karena kondisi masih tidak stabil. Faktor yang membuat adanya pendapatan yang tidak stabil diantaranya: (1) Tenaga marketing yang kurang handal, (2) Kejadian covid yang belum pulih, (3) Lokasi yang jauh, (4) Kondisi perekonomian global yang belum pulih berimbas ke dalam negeri, dimana banyak perusahaan yang tutup, (5) Banyaknya competitor yang terjun di sektor *real estate*, (6) Kurangnya prospek digital kedepannya, (7) Perubahan kebijakan pemerintah. Setelah melakukan analisa fenomena yang terjadi, dan berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan.

Maka dari itu peneliti ingin meneliti model bisnis penting, karena model bisnis menentukan bagaimana sebuah produk akan dikembangkan, dipasarkan dan menghasilkan pendapatan. Meskipun fokus utama produk, model bisnis mempengaruhi keseluruhan strategi perusahaan termasuk strategi kepada produk itu sendiri. Hal ini untuk dapat bersaing dan bisa berkembang PT. Bayu Cahaya Gemilang yang memiliki produk perumahan Bukit Ciampea Asri dapat melakukan penyesuaian terhadap strategi bisnis modelnya, karena dalam 4 tahun terakhir mengalami fluktuatif atau naik turun dalam pendapatannya, kurang bisa bertahan di sektor industry *real estate* dan kurangnya prospek kedepannya. Sehingga metode analisis yang dipakai oleh peneliti adalah *Business Model Canvas* dan memperbaikinya dengan *pivot strategy* agar PT. Bayu Cahaya Gemilang dapat meningkatkan pendapatannya, terus berkembang juga bisa bertahan dan bersaing dengan para competitor lainnya. Menurut (Priyadi & Prasetyo, 2018) *Business Model Canvas* (BMC) adalah alat pemetaan strategis untuk pengembangan bisnis yang mampu menggambarkan, merancang, dan memusatkan perhatian pada aspek-aspek strategis, sehingga membentuk sebuah strategi bisnis yang terpadu. Sembilan blok bangunan, yang merupakan komponen utama dari *Business Model Canvas*, terdiri dari *customer segments*, *value proposition*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. Perusahaan dapat menggunakan *Business Model Canvas* untuk merancang model bisnis baru yang menawarkan alternatif untuk menangani persaingan dan

meningkatkan keuntungan mereka (Dewantoro dkk., 2017). *Business Model Canvas* untuk bisa mengevaluasi model bisnis dan melihat bagaimana hasil strategi jangka panjang dan jangka pendek berkaitan untuk Bukit Ciampea Asri untuk meningkatkan daya saing di industri properti.

Peluang yang bisa dimanfaatkan Bukit Ciampea Asri menggunakan *pivot strategy* yang dibagi menjadi empat strategi diantaranya *customers pivot*, *technology pivot*, *business system infrastructure pivot*, dan *economic/profitability* adalah menunjukkan peningkatan daya beli masyarakat, pertumbuhan ekonomi, dan kemajuan teknologi informasi sebagai komponen penting. Disebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi dan tingkat daya memiliki dampak yang lebih besar terhadap penjualan produk Bukit Ciampea Asri. Hasil dari *Business Model Canvas* dan *Pivot Strategy* identifikasi masing-masing bagian di Bukit Ciampea Asri dapat diterapkan dengan jelas, bagian mana yang harus dikembangkan dan mana yang dipertahankan sebagaimana adanya saat ini. Langkah selanjutnya Bukit Ciampea Asri adalah menyempurnakan sembilan blok model bisnis dengan menerapkan strategi pivot.

Menurut Ries dalam (Faisal dkk., 2022) mendefinisikan pivot itu sendiri yaitu proses restrukturisasi model bisnis yang dilakukan secara terstruktur bertujuan untuk mengubah pengujian hipotesis, penjelasan produk, model bisnis, dan alat pertumbuhan perusahaan. Perusahaan menggunakan strategi pivot untuk menyelesaikan masalahnya, dan hasilnya adalah model bisnis baru. Strategi pivot juga dipakai untuk mencari solusi masalah yang sedang dihadapi, dan hasil akhir dari pivot ini akan diubah menjadi model bisnis baru (Voelpel dkk., 2003)

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka penulis memutuskan untuk mengangkat penelitian dengan tajuk "***Adaptasi Model Bisnis Real Estate dengan menggunakan Business Model Canvas (Studi Kasus PT. Bayu Cahya Gemilang Bogor)***".

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, melihat bisnis pada sektor *real estate* di Indonesia semakin banyak dan cukup menjadi persaingan berkembang dengan pesat, terutama pada bisnis perumahan yang saat ini mulai banyak dibutuhkan oleh masyarakat, tetapi persaingan antar *competitor* cukup ketat mulai dari harga. Tentunya menjadi sebuah peluang dan juga ancaman daya saing dengan para kompetitor terdahulu dan kompetitor pendaatang baru.

Sehingga hal yang dapat dilakukan oleh Bukit Ciampea Asri adalah menentukan alternatif strategi pengembangan bisnis. Agar tetap dapat bersaing dengan *competitor*, menjaga dan menjamin kualitas layanan, meningkatkan daya minat masyarakat terhadap bisnis *real estate* dan dapat melakukan pengembangan bisnis di kota lain. Untuk meningkatkan daya saing di industri properti. Peluang yang bisa dimanfaatkan Bukit Ciampea Asri menggunakan *pivot strategy* yang dibagi menjadi empat strategy diantaranya *customers pivot*, *technology pivot*, *business system infrastructure pivot*, dan *economic/profitability* membutuhkan model bisnis yang baru agar bisa mempunyai strategi untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi. Untuk menghadapi permasalahan yang sedang dihadapi, untuk melakukan evaluasi serta invasi *tools* yang bisa digunakan pada penelitian adalah *Business Model Canvas* (BMC) dan *Pivot Strategy*.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan yang terjadi pada PT. Bayu Cahaya Gemilang sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis existing PT. Bayu Cahaya gemilang jika digambarkan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana perubahan fundamental dari 4 aspek sebagai berikut: dalam *customers*, *technology*, *business system infrstructure* dan *profitability* terhadap model bisnis existing PT. Bayu Cahaya Gemilang?
3. Bagaimana usulan perubahan model bisnis PT. Bayu Cahaya Gemilang sebagai upaya adaptasi terhadap perubahan yang terjadi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian ini memiliki tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui model bisnis existing PT. Bayu Cahaya Gemilang saat ini dengan menggunakan *Business Model Canvas*.
2. Untuk mengetahui perubahan fundamental dari aspek *customers, technology, business system infrastructure* dan *profitability* terhadap model bisnis existing PT. Bayu Cahaya Gemilang.
3. Untuk mengetahui usulan model bisnis PT. Bayu Cahaya Gemilang sebagai Upaya adaptasi terhadap perubahan yang terjadi.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil pada penelitian ini akan memberikan informasi bagi PT. Bayu Cahaya Gemilang membantu mengubah model bisnis melalui strategi pivot.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini merupakan penelitian implementasi yang bertujuan untuk memahami literatur dan membandingkan teori yang diperoleh dengan praktek di dunia nyata pengembangan bisnis, sehingga hasil penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu manajemen.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penelitian ini berjudul ADAPTASI MODEL BISNIS *REAL ESTATE* MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (STUDI KASUS PT. BAYU CAHAYA GEMILANG BOGOR) memiliki sistematika penulisan sebagai berikut:

a) BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini memberikan uraian menyeluruh tentang konteks penelitian, dasar penelitian berdasarkan data dan fakta, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan struktur penulisan yang menggambarkan urutan penelitian..

b) BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini peneliti mempelajari teori dan temuan penelitian sebelumnya untuk membangun dasar penelitian.

c) BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjabarkan tentang penegasan pendekatan, metode, dan teknik analisis yang digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisis data untuk menjawab masalah.

d) BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menganalisis mengenai data penelitian serta pembahasan yang menyuluruh dengan sistematis sesuai pada tujuan penelitian.

e) BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan disesuaikan dengan tujuan awal penelitian, serta dilengkapi dengan saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.

(Halaman Ini Sengaja dikosongkan)