

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil PT. Finnet Indonesia

PT Finnet Indonesia (Finnet) adalah penyedia sistem pembayaran di Indonesia yang didirikan pada tanggal 31 Oktober 2005 dan mulai beroperasi pada tanggal 26 Januari 2006. Finnet merupakan anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk. (melalui PT Multimedia Nusantara) dengan kepemilikan 60% dan Yayasan Kesejahteraan Karyawan Bank Indonesia (melalui PT Mekar Prana Indah) dengan kepemilikan 40%. Finnet saat ini berlokasi di Telkom Landmark Tower Lt. 28, Jl. Jendral Gatot Subroto Kav. 52, Jakarta Selatan 12170, Indonesia.

1.1.2. Profil Finpay Payment Gateway

Finnet memposisikan diri (*brand positioning*) sebagai Perusahaan *Financial Technology (Fintech)* dengan memiliki 3 portofolio bisnis yakni *Bill Bayment Agregator (BPA)*, *Bill Payment Switching (BPS)*, dan *Online Payment Solution (OPS)*. Dalam 3 portofolio tersebut terdapat 5 produk yang di-*branding* dalam satu naungan dengan nama “Finpay”.

Salah satu produk Finnet yakni Finpay Payment Gateway yang masuk ke dalam portofolio *Online Payment Solution (OPS)*. Finpay Payment Gateway adalah layanan yang disediakan oleh Finnet untuk membantu bisnis menerima pembayaran *online* secara mudah dan aman. Layanan ini menawarkan berbagai macam metode pembayaran yang bisa dipilih oleh pelanggan dan dapat integrasikan ke dalam *platform* pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan *conversion rate* bisnis pelanggan. Target pelanggan produk Finpay Payment Gateway adalah *Business to Business (B2B)*.

Metode Pembayaran yang didukung Finpay:

1. Kartu Kredit (Visa, Mastercard, JCB);

2. Debit *Online* (ALTO, Permata.net, Danamon *Online Banking*, BCA Klikpay, CIMB *Clicks*, Kredivo);
3. *E-money* (Finpay *Money*, LinkAja, OVO, Gopay);
4. *Virtual Account* Bank (Bank Mandiri, BRI, BCA, Bank Permata);
5. Finpay Kode Bayar; dan
6. Sumber dana lainnya.

Layanan Finpay Payment Gateway meliputi antara lain:

1. *Payment Gateway (Host to Host)*

Solusi ini memungkinkan pelanggan untuk mengintegrasikan Finpay secara langsung ke dalam sistem pelanggan. Hal ini memberikan fleksibilitas untuk mendesain halaman pembayaran sesuai keinginan pelanggan.

2. *Landing Page* Pembayaran *Online*

Finpay menyediakan halaman pembayaran *online* yang berisi berbagai metode pembayaran. Ini cocok untuk bisnis yang tidak ingin repot mendesain halaman pembayaran sendiri.

3. Finpay *Link*

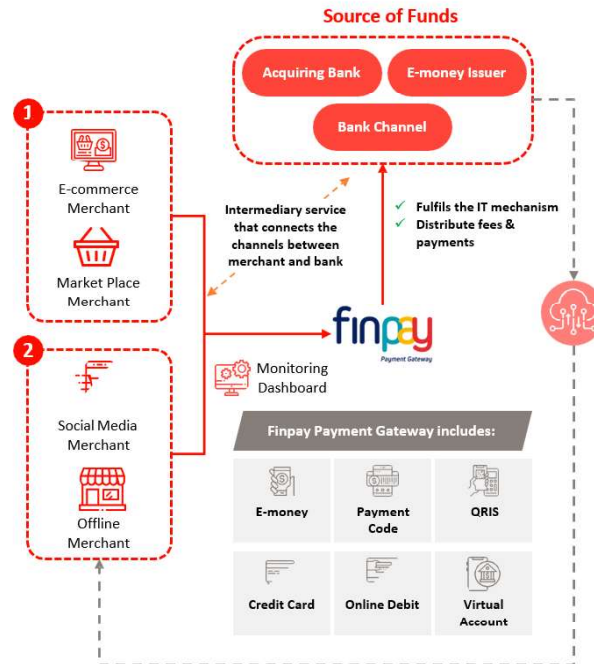
Fitur ini memungkinkan pelanggan untuk membuat *link* pembayaran yang bisa pelanggan bagikan ke konsumennya. Pelanggan kemudian dapat melakukan pembayaran melalui *link* tersebut.

4. QRIS

Finpay mendukung QRIS, yang merupakan standardisasi kode QR untuk pembayaran digital di Indonesia. Ini memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran menggunakan aplikasi uang elektronik mereka.

5. *Acquiring Debit*

Bekerjasama dengan Visa dan Mastercard, Finpay menawarkan solusi untuk menerima pembayaran menggunakan kartu debit.



Gambar 1.1.
Alur Proses Finpay Payment Gateway
Sumber: (Finnet, 2023)

Dalam layanan Finpay Payment Gateway terdapat banyak keuntungan yang dimiliki, diantaranya adalah:

1. Menyediakan berbagai metode pembayaran
 Hal ini memudahkan pelanggan untuk melakukan pembayaran dan meningkatkan penjualan pelanggan.
2. Proses pembayaran yang mudah dan aman
 Finpay menggunakan teknologi keamanan yang terjamin untuk melindungi data pelanggan.
3. Terintegrasi dengan berbagai *platform*
 Finpay dapat diintegrasikan dengan berbagai *platform e-commerce* dan bisnis lainnya.
4. Mudah digunakan
 Finpay menawarkan layanan yang mudah digunakan, bahkan untuk bisnis yang baru memulai usaha *online*.

Industri *Payment gateway* sendiri di Indonesia sudah memiliki “pemain” yang cukup diperhitungkan. Menurut data Bank Indonesia ada 10 *payment gateway* yang telah memiliki izin diantaranya: Xendit, Midtrans, Doku, Finpay, Duitku, Primalink, Nicepay, Espay, Winpay dan Fastpay (Hidayat, Ekonomi, 2022).

1.2. Latar Belakang Penelitian

Tahun 2020 menjadi titik balik dalam sejarah digitalisasi, peningkatan Penetrasi *Internet used* Indonesia tahun 2022 naik 5.44% dari tahun sebelumnya (wearesocial, blog, 2024) dimana 98% nya diakses menggunakan *mobile phone*. Pandemi Covid-19 membawa perubahan di masyarakat termasuk banyak masyarakat maupun bisnis yang beralih ke platform online, melakukan transaksi pembayaran secara digital untuk menghindari kontak langsung, melakukan berbagai kegiatan seperti sekolah, bekerja, secara online, melakukan belanja kebutuhan secara online melalui *e-commerce* ataupun *marketplace* (Nurul Hanifah, 2020).

Hal ini mendorong pertumbuhan pesat pada industri *Financial Technology (Fintech)*, *FinTech* berkembang sangat pesat secara global, termasuk di Indonesia. Pola bisnis perusahaan melalui penawaran layanan digital juga mengalami perubahan (Santoso, Sitorus, Batunanggar, ...Anggadwita, & Alamsyah, 2020). Keberadaan *fintech* memiliki dampak positif dimasa pandemi covid-19. Kontribusi Fintech telah banyak membantu masyarakat yang masih belum terlayani lembaga keuangan formal dalam melakukan transaksi keuangan sesuai dengan kebutuhannya (Marginingsih, 2021). Menurut data dari UOB, Fintech news dan KPMG dari tahun 2017 hingga 2022, pendanaan *fintech* tumbuh dengan CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) sekitar 67,7% sejalan dengan tumbuh pesatnya jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia dari 440 perusahaan di tahun 2017, jumlahnya meningkat menjadi 835 perusahaan di tahun 2022 (KPMG, 2023).

Ada beberapa faktor yang mendorong pertumbuhan pasar *fintech* di Indonesia (Alejandro Billyjoe Mau Bere, 2022), antara lain:

1. Teknologi
2. Kemudahan Bertransaksi

3. UMKM
4. Penerapan Hukum dan Standar
5. Perlindungan Konsumen
6. Inklusi Keuangan
7. Sinergi perbankan dengan *fintech*

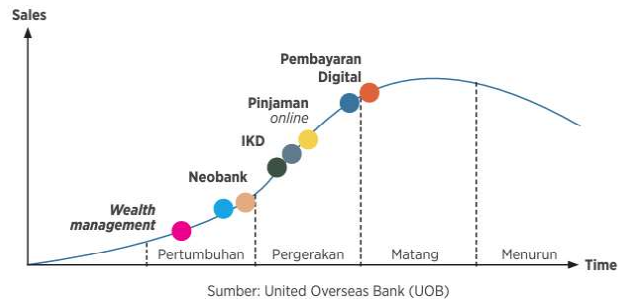
Layanan keuangan digital merupakan salah satu klaster pada industri *fintech* yang memiliki *value transaction* paling tinggi yakni 72.7% ditahun 2022 (Deloitte, 2023), hal ini diperkuat dari laporan e-Conomy SEA 2022 oleh Google bersama Temasek dan Bain & Co, selama tahun 2020 sampai 2022 penggunaan metode pembayaran non-tunai mencapai total transaksi bruto sebesar 266 miliar USD pada tahun 2022, menunjukkan peningkatan sebesar 13% dari tahun sebelumnya. Bahkan, diproyeksikan akan tumbuh sebesar 17% menjadi 421 miliar USD pada tahun 2025 mendatang. Pembayaran non-tunai ini meliputi penggunaan kartu kredit, kartu debit, kartu prabayar, dompet elektronik, serta transfer antar-rekening.



Gambar 1.2.
Layanan Keuangan Digital di Indonesia
Sumber: (Google, 2022)

Tingginya tingkat *value transaction* keuangan digital ini, selaras dengan tingkat kematangan pada industri ini. Menurut *Annual Report Member Survey* 2022/2023 yang dikeluarkan AFTECH (Asosiasi Fintech Indonesia) (AFTECH,

2024). Kematangan industri dianalisis melalui tiga indikator utama: angka pertumbuhan (volume atau nilai transaksi, akuisisi pengguna, dan lainnya), jumlah pelaku yang beroperasi dalam subsektor, dan lingkungan regulasi sektor terkait (AFTECH, 2024). Tingkat kematangan kluster keuangan digital dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.3.
Tingkat Kematangan Kluster Fintech
Sumber: (AFTECH, 2024)

Pada tahap ini, sektor keuangan digital telah mencapai kejenuhan yang cukup besar dan pendatang baru ke pasar sering menghadapi tantangan signifikan dalam memperoleh pangsa pasar (AFTECH, 2024). Demikian pula dengan *Payment gateway* yang merupakan bagian dari sektor keuangan digital. Bila dilihat dari jumlah perusahaan *payment gateway* dari tahun 2019 berdasarkan data Bank Indonesia sebanyak 11 pemain (Winarto, 2019) dan melonjak signifikan di tahun 2020 menjadi sebanyak 20 pemain (Jayani, 2020). Namun di tahun 2024 menurut data APGI (Asosiasi Payment Gateway Indonesia) perusahaan *payment gateway* yang terdaftar hanya sebanyak 21 pemain (APGI, 2024).

Selain itu perusahaan *payment gateway* yang memiliki *market share* terbesar yakni Xendit dan Midtrans di tahun 2022 – 2024 melakukan PHK Massal terhadap karyawan. Xendit tercatat sudah 2 kali melakukan *layoff* yakni tahun 2022 sebanyak 5% dan di tahun 2024 sebanyak 200 karyawan demi memaksimalkan ketahanan jangka panjang perusahaan (Rahardjo, 2024). Diikuti dengan GOTO yang merupakan group dari perusahaan Midtrans yang me-*layoff* 1300 di akhir tahun 2022 dan 600 karyawan di tahun 2023 (CNN Indonesia, 2023).

Persaingan fitur dan harga antar *payment gateway* menjadi salah satu elemen penentu pelanggan menggunakan layanan dari salah satu *payment gateway* di Indonesia. Berikut perbandingan fitur dan harga layanan *payment gateway* yang ada di Indonesia:

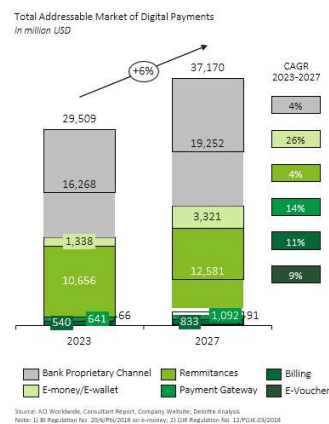
Perbandingan Fitur & Harga	iPaymu ★★★★★	Midtrans ★★★★	Xendit ★★★★	Doku ★★★★	Faspay ★★★	Finpay ★★
• ESCROW / Rekening Bersama	✓	✗	✗	✗	✗	✗
• Transfer Bank	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• QRIS	✓	✓	✗	✗	✓	✓
• Credit Card	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• Convenience Store	✓	✓	✓	✓	✓	✗
• Cash-on-Delivery (COD)	✓	✗	✗	✗	✗	✗
• POS+EDC	✓	✗	✓	✗	✗	✗
• Direct Debit	✓	✗	✗	✗	✓	✗
• Split Payment	✓	✗	✓	✓	✗	✗
• Link Payment	✓	✓	✓	✓	✓	✗
• Brand On ATM	✓	✗	✗	✗	✗	✗
• Jumlah Virtual Account (VA)	10 VA	5 VA	9 VA	11 VA	10 VA	6 VA
• Harga Virtual Account (VA)	Rp. 3.5K	Rp. 4K	Rp. 4.5K	Rp. 4.5K	Rp. 4K	Rp. 4-5K
• Harga Penarikan (Withdrawal)	Rp. 3K - 7.5K	Rp. 5K	Rp. 5K	Rp. 6.5K	Rp. 5K	Manage Service Fee per Trx

Gambar 1.4.
Orkestrasi Fitur Transaksi
Sumber: (ipaymu, 2024)

Selain itu, Regulasi menjadi salah satu faktor penentu perkembangan industri *payment gateway* di Indonesia. Bank Indonesia telah menginisiasi pembentukan Gerbang Pembayaran Nasional sehingga pada akhirnya sistem ini diluncurkan pada 4 Desember 2017 di Jakarta berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No.19/8/PBI/2017 dan Peraturan Anggota Dewan Gubernur No.19/10/PADG/2017 tentang Gerbang Pembayaran Nasional (<https://www.pten-indonesia.co.id/gpn>). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga menerbitkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 40/POJK.03/2021 tentang Penyelenggaraan Layanan *Payment Gateway*. Regulasi ini menandakan langkah signifikan dalam meningkatkan keamanan dan efisiensi layanan *payment gateway* di Indonesia. POJK 40/2021 menghadirkan berbagai ketentuan baru, termasuk kewajiban bagi

penyelenggara *payment gateway* untuk menerapkan standar keamanan siber yang tinggi, serta tata kelola dan manajemen risiko yang efektif. Selain itu, regulasi ini juga mengatur mengenai interoperabilitas antar penyelenggara *payment gateway*, yang diharapkan dapat mendorong terciptanya ekosistem pembayaran digital yang lebih terintegrasi dan efisien.

Ditengah persaingan antara *payment gateway*, Nilai transaksi keuangan digital di Indonesia diprediksi akan mencapai Rp. 832 triliun pada tahun 2024, mencerminkan pertumbuhan pesat ekonomi digital negara ini. Dalam skenario ini, layanan *payment gateway* akan menjadi elemen krusial yang menunjang kelancaran dan keamanan transaksi *online*, dan pada akhirnya, mendorong pertumbuhan ekonomi digital secara keseluruhan.



Gambar 1.5.
Total Addressable Market Pembayaran Digital
Sumber: (Deloitte, 2023)

Salah satu layanan *payment gateway* di Indonesia adalah Finpay *Payment Gateway*. Menurut (HitPay, 2023) Finpay *Payment Gateway* memiliki kelebihan dan kekurangan sbb:

- a. Kelebihan
 - i. Finpay menawarkan halaman *checkout* berbasis API yang ramah pengguna dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan Anda sebagai pemilik usaha




- ii. Didukung dengan sistem keamanan mumpuni seperti sidik jari dan pengenalan wajah, dan juga fitur keamanan tambahan seperti *Address Verification System (AVS)*
- iii. *Set-up* Finpay mudah dan cepat, dan dapat dilakukan seluruhnya *online*
- iv. Terdapat opsi *settlement time* secara langsung khusus untuk transaksi di atas IDR 100.000.000

b. Kekurangan

- i. Biaya terkait dengan penggunaan Finpay cukup berat jika Anda memiliki volume dan nilai transaksi rendah
- ii. Meskipun Finpay menawarkan payment link sebagai salah satu layanan mereka, tidak banyak informasi yang tersedia mengenai detail sistemnya

Dari data *competitor landscape* yang dikeluarkan oleh Ryska Professional Services Consulting (2023) di peroleh transaksi dan jumlah *merchant* Finpay Payment Gateway jauh di bawah kompetitor, walaupun secara Metode Bayar Finpay Payment Gateway memiliki keunggulan.



Tabel 1.1.
Competitor Landscape

			
Tahun Lisensi	2020	2018	2017
Transaksi	280.503 K	125.425 K	43.104 K
Merchant	± 1.250	± 2.000	± 113
SoF	27	20	29

Sumber: (Ryska Profesional Services, 2023)

Mengacu kepada hasil *In Deep Interview* pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Proxisis *Consulting* pada tahun 2023 kepada eksisting pelanggan Finpay Payment Gateway, diperoleh *pain customer* yang harus dikembangkan oleh Finnet pada tabel di bawah ini.

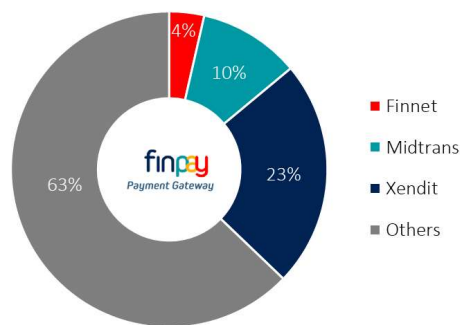
Tabel 1.2.
Pain Customer

Pelanggan	<i>Pain</i>
	<i>Expensive Pricing</i> <i>Low Services</i> Metode bayar kurang
	<i>Channel Payment yang beragam</i> <i>Low Services</i> <i>No Real Time Settlement</i> <i>Slow Integration</i>

Sumber: Data PT. Finnet Indonesia (2024)

Hasil *In depth Interview Customer Payment Gateway* untuk *pain point* diatas selaras dengan nilai penurunan *NPS (Net Promotor Score)* dari 75 menjadi 50 dan *CLI (Customer Loyalti Index)* dari 97,4 menjadi 92 (CX Survey 2023 – Telkom CFUE)

Selain itu, dari data *market share* Finpay Payment Gateway yang hanya 4%, sementara itu di sisi lain perusahaan kompetitor, diantaranya adalah Xendit menguasai *market share* sebesar 23%, Midtrans sebesar 10%, sementara sisanya sebanyak 63% merupakan perusahaan lainnya.



Gambar 1.6.

Market Share Provider Payment Gateway di Indonesia

Sumber: (Ryska Profesional Services, 2023)

Rendahnya *market share* ini menandakan bahwa ada kendala dan hambatan yang terjadi. Oleh karena itu, Perusahaan dalam hal ini PT Finnet Indonesia memandang penting untuk melakukan analisa terkait permasalahan yang terjadi pada Finpay Payment Gateway yang merupakan *product Champion* Finnet dalam meningkatkan kinerja bisnis Perusahaan.

1.3. Perumusan Masalah

Finpay Payment Gateway adalah *platform* unggulan yang dimiliki Finnet. Sebagai salah satu pemain dalam industri *fintech*, Finpay Payment Gateway diharapkan terus berkembang dan menjadi solusi pembayaran digital bagi masyarakat Indonesia dengan model bisnis yang inovatif. Berdasarkan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) PT. Finnet Indonesia tahun 2024 sesuai dengan *Stakeholder aspiration* yang menargetkan pertumbuhan produk Finpay Payment Gateway di angka 13,5%. Target tersebut dinilai cukup realistis, karena adanya ruang tumbuh Finpay Payment Gateway yang masih sangat besar dan terbuka lebar dengan CAGR sebesar 14% (Deloitte, 2023).

Dari berbagai permasalahan yang sudah diuraikan pada latar belakang di atas, menandakan bahwa ada kendala dan hambatan yang terjadi. Oleh karena itu, maka penulis tertarik untuk melakukan analisis terkait permasalahan yang terjadi pada Finpay Payment Gateway. Salah satu analisis yang sering digunakan dalam strategi pengembangan bisnis adalah *Business Model Canvas* (BMC).

Dalam (Osterwalder & Pigneur, 2013), dijelaskan bahwa BMC adalah alat yang digunakan dalam manajemen bisnis untuk merencanakan, menggambarkan, dan menganalisis model bisnis suatu perusahaan. BMC dikembangkan sebagai cara untuk menggambarkan elemen kunci dari model bisnis secara visual dan terpadu dalam satu lembar kanvas. BMC terdiri dari sembilan blok utama yang mencakup semua aspek penting dari sebuah bisnis. Sembilan blok itu adalah Segmentasi Pasar (*Customer Segments*), Proposisi Nilai (*Value Proposition*), Saluran Distribusi (*Channels*), Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship*), Pendapatan (*Revenue*),

Sumber Daya Kunci (*Key Resources*), Aktivitas Kunci (*Key Activities*), Mitigasi Risiko (*Key Partners*), dan Struktur Biaya (*Cost Structure*).

Namun, pendekatan BMC dirasakan belum cukup untuk dapat menganalisis lebih dalam mengenai strategi bisnis. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Krisnawan, 2018) menganalisis BMC untuk memperoleh model bisnis yang baru melalui metode *Blue Ocean Strategy* (BOS). Sementara (Arifianto, 2021) menggunakan BMC melalui pendekatan BOS untuk menyusun strategi pengembangan bisnis usaha yang telah berjalan. Dalam penelitian (Leavy, 2018) menggunakan pendekatan BOS dengan langkah ERRC (*Eliminate, Reduce, Raise, Create*) dalam mengembangkan strategi model bisnis. Kerangka ERRC dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Eliminate* (Menghapus), mengeliminasi atau menghapus hal-hal yang tidak bernilai dari produk.
2. *Reduce* (Mengurangi), mengurangi unsur-unsur yang nilainya kurang namun tetap diperlukan.
3. *Raise* (Meningkatkan), meningkatkan standar dan juga fitur yang memiliki keunggulan.
4. *Create* (Menciptakan), menciptakan hal-hal baru yang belum pernah ada dan dilakukan oleh industri baru.

BOS merupakan teori strategi korporat yang mendobrak paradigma persaingan tradisional dan menciptakan peluang untuk membuka pasar baru dengan nilai lebih tinggi dan biaya lebih rendah. Metode ini berlandaskan pada konsep "lautan biru" yang merepresentasikan ruang pasar tanpa kompetisi dan memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan. BOS mendorong perusahaan untuk menciptakan dan memanfaatkan pasar baru yang tidak terjamah oleh persaingan dengan berfokus pada peningkatan nilai bagi pelanggan dan efisiensi biaya. Teori ini digagas oleh W. Chan Kim dan Renée Mauborgne, profesor strategi di INSEAD.

Dari uraian di atas serta berdasarkan dari penelitian terdahulu, penulis berpendapat bahwa dalam memperbaiki serta membenahi kinerja Finpay Payment Gateway diperlukan analisis *Business Model Canvas* melalui pendekatan *Blue Ocean Strategy*. Oleh karena itu, maka tema penelitian yang penulis ambil adalah

“Analisis Bisnis Model Kanvas dengan Pendekatan *Blue Ocean Strategy* (Studi Kasus Finpay Payment Gateway di PT. Finnet Indonesia) ”.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Dari uraian rumusan masalah di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis eksisting dengan menggunakan *Business Model Canvas* pada produk Finpay Payment Gateway?
2. Bagaimana strategy model bisnis baru yang menggunakan *Blue Ocean Strategy* dengan *ERRC Grid* pada produk Finpay Payment Gateway?
3. Bagaimana pivot model bisnis baru untuk produk Finpay Payment Gateway?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui model bisnis eksisting dengan menggunakan *Business Model Canvas* pada produk Finpay Payment Gateway.
2. Untuk mengetahui strategi model bisnis baru yang menggunakan *Blue Ocean Strategy* dengan *ERRC Grid* pada produk Finpay Payment Gateway.
3. Untuk mengetahui pivot model bisnis baru untuk produk Finpay Payment Gateway.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap bidang ilmu manajemen, khususnya teori mengenai *Business Model Canvas* dan *Blue Ocean Strategy (ERRC Grid)*.
2. Secara akademis, penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.
3. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh manajemen PT Finnet Indonesia sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan untuk terus melakukan perbaikan dan terus berkembang.

1.7. Sistematika Penulisan

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, Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

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 jika diperlukan.

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, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

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 pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

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