

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Warung Nasi Sederhana Berhias adalah sebuah warung tegal atau "warteg", dan Di dalam penelitian ini selanjutnya disebut sebagai WNSB (Warung Nasi Sederhana Berhias). WNSB berfokus pada bisnis makanan dan minuman. Dengan beragam menu khas makanan Indonesia, WNSB telah menjadi tempat favorit bagi masyarakat lokal yang mencari makanan lezat dengan harga terjangkau dengan berbagai pelanggan.

WNSB pertama kali didirikan oleh pasangan suami istri pada tahun 2004, oleh Tohana yang menjabat sebagai Pemilik. Selain itu, Ningrum adalah seorang ibu rumah tangga, ia memiliki kegemaran pada bidang masak, berawal dari keinginan yang kuat Tohana dan Ningrum dalam memiliki bisnis. Namun saat itu keduanya belum juga menemukan usaha yang cocok dan menguntungkan. Setelah melihat peluang usaha yang cukup menjanjikan pada bisnis jasa kuliner atau jasa penyedia makanan, lalu Tohana dan Ningrum memutuskan untuk membuka usaha jasa kuliner tersebut, karena saat itu usaha kuliner masih sangat jarang di Kota Karawang pada tahun 2004 maka keduanya sepakat memulai bisnis kuliner dan membuka Warteg pertamanya dengan membangun rumah di Jalan Johar, Kota Karawang. Namun Warteg telah berpindah tempat di perumahan Griya Indah Blok B1/02, Kota Karawang.



Gambar 1. 1 Warung Nasi Sederhana Berhias

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Strategi penjualan yang dilakukan oleh WNSB sejauh ini adalah mempertahankan kualitas produknya dengan terus berinovasi agar bisa lebih unggul dengan kompetitor lain juga mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan. Target pasar yang dituju oleh WNSB adalah masyarakat sekitar dari kalangan muda hingga dewasa. Proses pembelian yang dilakukan oleh WNSB yaitu, pelanggan datang langsung ketempat penjualan dan memilih langsung menu yang sudah ada di etalase. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh WNSB saat ini adalah memanfaatkan teknologi informasi dengan menggunakan aplikasi *Facebook*.

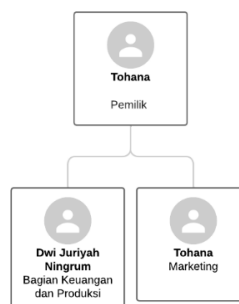
1.1.1 Visi dan Misi

Visi: Menjadi Warung Nasi Sederhana Berhias modern yang tetap mempertahankan cita rasa rumahan dan pelayanan yang ramah, sekaligus memenuhi kebutuhan pelanggan di era digital.

Misi:

1. Menyediakan makanan dan minuman berkualitas dengan harga terjangkau untuk masyarakat.
2. Menjalinkan kerjasama yang saling menguntungkan dengan pemasok lokal.
3. Memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan pengalaman pelanggan.
4. Mempertahankan cita rasa khas dan suasana Warung Nasi Sederhana yang akrab.

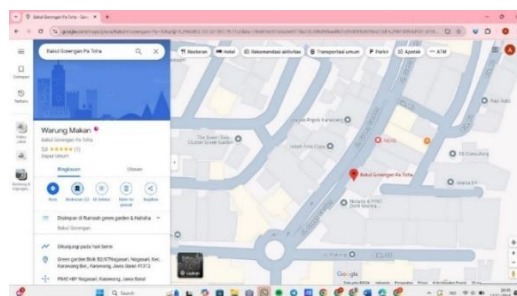
1.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi
Sumber: Warung Nasi Sederhana Berhias 2024.

1.1.3 Lokasi UMKM Warung Nasi Sederhana Berhias

Warung Nasi Sederhana Berhias Terteletak di Kota Karawang, Tepatnya Beralamat di Green Garden Blok B2/07 Nagasari, Nagasari, Kec. Karawang Bar., Karawang, Jawa Barat 41312. Warung Nasi Sederhana Berhias ini berada di area yang strategis karena berada di perumahan yang sering dilalui oleh orang-orang dari luar Perumahan.



Gambar 1. 3 Lokasi Warung Nasi Sederhana Berhias

Sumber: Google Maps

1.2 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Mereka tidak hanya menjadi penyumbang utama dalam rantai pasokan global tetapi juga menjadi penggerak utama perekonomian nasional. UMKM berperan penting dalam mempercepat pemulihan ekonomi negara, terutama di daerah-daerah yang berkembang (Azikin et al., 2023) Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha.

Data UMKM 2018-2023						
Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	-0,70%	1,52%

*Diolah dari berbagai sumber

Gambar 1. 4 Data UMKM 2018-2023

Sumber: Kadin Indonesia

Pada tahun 2023 menurut Kadin Indonesia pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM Domestik Bruto (PDB) tahun

2023 mencapai 61,07% atau senilai Rp 9.580 triliun (Kemenkeu RI, 2023). Selain itu, UMKM juga menerima sekitar 117 juta pekerja atau 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Salah satu pendorong pertumbuhan UMKM adalah digitalisasi. Pemerintah bersama Kadin Indonesia terus mendorong pelaku UMKM untuk bergabung dalam ekosistem digital. Pada 2023, pemerintah menargetkan 24 juta unit UMKM dapat beroperasi secara digital dan angka ini diharapkan meningkat menjadi 30 juta unit pada 2024.

Semakin banyaknya UMKM yang terus bertambah di kota karawang hal ini berdampak pada UMKM WNSB ini yang termasuk kedalam kategori usaha mikro dan kecil khususnya bisnis kuliner di kota karawang. Akibatnya, WNSB harus menghadapi persaingan cukup ketat dengan para kompetitor baru yang juga bergerak dibidang bisnis yang sama yaitu jasa penyedia makanan.

Kompetitor dari WNSB di kota karawang diantaranya yaitu Warung Nasi Sunda yang terletak di Perumahan Green Garden Blok B1/07 dan Fried Chicken Sabana yang terletak di Perumahan Green Garden D2/09 Sehingga dampak yang dirasakan dalam menghadapi persaingan yang ada, WNSB mengalami banyak hambatan dan masalah yang mengharuskan WNSB untuk membuat strategi agar dapat lebih unggul dari para kompetitor. Berikut ini adalah data penjualan Warung Nasi Sederhana Berhias dari tahun 2019 sampai 2024 yang didapatkan dari hasil wawancara dengan pemilik Warung Nasi Sederhana Berhias.



Gambar 1 1 Data Penjualan dalam 6 Tahun

*Sumber: Data Internal UMKM
Warung Nasi Sederhana Berhias*

Tabel 1. 1 Data Penjualan UMKM Warung Nasi Sederhana Berhias Pada Tahun 2019-2024

TAHUN	PENJUALAN TAHUNAN	BEBAN OPERASIONAL TAHUNAN	LABA BERSIH
2019	350.000.000	175.400.000	155.600.000
2020	411.000.000	282.500.000	158.500.000
2021	453.000.000	285.000.000	168.000.000
2022	465.000.000	285.000.000	180.000.000
2023	397.000.000	284.000.000	113.000.000
2024	453.500.000	235.000.000	218.500.000

Sumber: Data Internal UMKM Warung Nasi Sederhana Berhias

Analisis data penjualan pada Tabel 1.1 menunjukkan tren pertumbuhan pendapatan yang positif dari tahun 2019 hingga 2022, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan sebesar 10.1%. Namun, pertumbuhan ini mengalami perlambatan signifikan pada tahun 2023, di mana pendapatan menurun sebesar 14.6%. Penurunan ini perlu ditinjau lebih lanjut untuk memahami faktor penyebabnya, seperti perubahan kondisi pasar atau peningkatan jumlah pesaing.

Beban operasional juga mengalami kenaikan selama periode tersebut, dengan lonjakan tertinggi pada tahun 2020 sebesar 61.1% dibandingkan tahun sebelumnya, yang sebagian besar disebabkan oleh kenaikan harga bahan baku dan biaya operasional lainnya.

Meskipun demikian, Warung Nasi Sederhana Berhias mampu menjaga tingkat profitabilitasnya, dengan rasio laba bersih terhadap penjualan stabil di kisaran 38% hingga 44% selama 2019–2022. Namun pada tahun 2023, rasio ini turun signifikan menjadi 28.5% akibat kombinasi penurunan penjualan dan tekanan biaya.

Meskipun WNSB menunjukan bahwa pertumbuhan pendapatan hingga tahun 2022, perlambatan pada tahun 2023 mengindikasikan adanya tekanan persaingan yang meningkat. Munculnya warung makan baru dengan

harga lebih kompetitif dan layanan pesan antar yang lebih praktis (seperti yang diungkapkan dalam wawancara dengan pemilik) menjadi ancaman serius bagi pangsa pasar WNSB. Data penjualan yang melambat ini menjadi bukti nyata bahwa WNSB perlu menyesuaikan model bisnisnya untuk menghadapi persaingan ini.

Selain itu, fluktuasi beban operasional, terutama yang disebabkan oleh kenaikan harga bahan baku, dapat mempengaruhi profitabilitas WNSB. Hal ini diperparah oleh kekuatan tawar-menawar pemasok (seperti yang diidentifikasi dalam analisis *Porter's Five Forces*), yang membatasi kemampuan WNSB untuk menekan biaya. Oleh karena itu, model bisnis yang lebih efisien dan strategi pengelolaan biaya yang efektif menjadi sangat penting.

Tabel 1. 2 Tabel Perbandingan

Faktor	WNSB	Warung sunda	FriedChicken sabana
Jenis makanan	Nasi lauk pauk khas indonesia	Nasi lauk pauk khas sunda	Ayam goreng makanan cepat saji
Harga rata-rata	5.000 - 20.000/porsi	10.000 - 25.000/porsi	17.000 - 20.000/paket
Kualitas pelayanan	Ramah, cepat, perhatian	Ramah, sedikit lebih lambat	Cepat, kurang personal
Lokasi	Perumahan	Perumahan	Perumahan
Fasilitas	Sederhana, area makan lebih luas	Tempat duduk terbatas	Tempat duduk terbatas
Promosi	<i>Facebook, WhatsApp</i>	(-)	Spanduk
Cita rasa	Khas rumahan	Khas sunda	Cepat saji
Kebersihan	Sangat baik	Cukup	Cukup baik

Sumber: data yang telah di olah penulis

Berdasarkan tabel perbandingan, WNSB memiliki keunggulan dalam hal harga rata-rata yang 5.000 - 20.000/porsi dan cita rasa yang khas rumahan, yang sesuai dengan target pasar kelas menengah ke bawah. Namun, WNSB perlu meningkatkan promosi yang saat ini hanya melalui *Facebook, WhatsApp* dan fasilitas yang sederhana, area makan lebih luas agar dapat bersaing dengan kompetitor seperti Warung Sunda yang menawarkan tempat duduk terbatas atau *FriedChicken* sabana yang memiliki layanan yang cepat, kurang personal. Persaingan dengan Warung Sunda cukup ketat karena menawarkan jenis

makanan yang serupa, yaitu nasi lauk pauk khas sunda, sehingga WNSB perlu menekankan diferensiasi pada menu atau pelayanan.

Setelah melihat data penjualan dalam jangka 6 tahun, untuk mengetahui lebih mendalam terhadap masalah yang dihadapi oleh Warung Nasi Sederhana Berhias penulis melakukan Preliminary Research dengan wawancara kepada bapak tohana selaku pemilik dari Warung Nasi Sederhana Berhias. Pertanyaan wawancara disusun berdasarkan teori *Porter's Five Forces* Menurut (David & David.) Warung Nasi Sederhana Berhias menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan daya saing di pasar kuliner yang semakin kompetitif Menurut (Sulistiyo et al., 2020) menjelaskan adanya teknologi informasi yang semakin maju menyebabkan bisnis baru bermunculan, sehingga meningkatnya persaingan dan perubahan tren yang sangat cepat. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Tohana selaku pemilik, sejumlah ancaman telah diidentifikasi, termasuk:

1. Ancaman dari usaha nasi baru

Pemilik menjelaskan bahwa ancaman dari pesaing baru terutama datang dari Munculnya warung makan baru yang menawarkan menu serupa dengan harga yang lebih kompetitif, serta kemudahan akses melalui layanan pesan antar, telah meningkatkan tekanan pada warung nasi sederhana yang mengandalkan menu tradisional.

2. Kekuatan tawar-menawar pemasok

Harga bahan baku lokal yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk impor menambah beban biaya, dan ini berpotensi mengurangi margin keuntungan. Meskipun terdapat negosiasi dengan pemasok lokal, keberadaan produk impor yang lebih murah membuat posisi tawar pemasok lokal menjadi lemah. seperti beras atau sayuran tertentu yang diimpor dari negara tetangga. Meskipun negosiasi dengan pemasok lokal dapat dilakukan untuk menekan harga, namun produk impor yang lebih murah tetap menjadi pilihan bagi beberapa warung nasi yang ingin menjaga harga jual tetap kompetitif. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan tawar-menawar pemasok lokal dalam sektor

warung nasi cenderung lebih lemah, karena mereka harus bersaing dengan harga bahan baku impor yang lebih murah, meskipun kualitasnya bisa berbeda.

3. Intensitas persaingan yang kompetitif

Persaingan yang ketat dan munculnya trend makanan sehat mengharuskan warung nasi untuk beradaptasi dengan preferensi konsumen yang semakin berubah, di mana banyak pelanggan beralih ke pilihan makanan yang lebih bergizi. Selain itu, tren makanan sehat dan alternatif yang lebih bergizi mulai populer, memaksa warung nasi untuk bersaing dengan pilihan makanan yang lebih ringan dan bergaya hidup sehat. Kurangnya regulasi atau proteksi dari pemerintah terhadap usaha kuliner lokal membuat warung nasi lokal semakin tertekan oleh pesaing yang bisa menawarkan harga lebih murah atau menu yang lebih menarik. Hal ini menyebabkan margin keuntungan semakin menipis dan membuat industri warung nasi sulit untuk mempertahankan daya saing. Kesimpulan dari wawancara dengan Pemilik menunjukkan bahwa ancaman utama bagi Warung Nasi Sederhana Berhias Untuk bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif ini, warung nasi perlu melakukan inovasi dalam menu dan strategi pemasaran agar tetap dapat menarik pelanggan dan mempertahankan daya saing.

Warung nasi menghadapi berbagai tantangan, di antaranya ancaman dari pesaing baru yang menawarkan menu serupa dengan harga lebih kompetitif dan kemudahan akses melalui layanan pesan antar. Selain itu, tren makanan sehat yang semakin populer menjadi ancaman bagi warung nasi yang mengandalkan menu tradisional, karena banyak konsumen yang beralih ke pilihan makanan yang lebih bergizi. Kekuatan tawar-menawar pemasok juga menjadi kendala, karena harga bahan baku lokal lebih tinggi dibandingkan produk impor, yang mempengaruhi kemampuan warung nasi untuk menjaga harga jual tetap kompetitif. Di sisi lain, konsumen memiliki kekuatan tawar-menawar yang besar, dengan sensitivitas harga yang tinggi dan kemudahan memilih tempat makan lain. Untuk bertahan di pasar yang semakin ketat, warung nasi perlu berinovasi, baik dalam penawaran menu maupun strategi pemasaran, agar tetap menarik pelanggan dan bersaing dengan produk lainnya.

Berdasarkan data penurunan penjualan dan margin laba yang terjadi pada tahun 2023, disertai hasil wawancara yang menunjukkan bahwa belum adanya strategi diferensiasi yang kuat dan keterbatasan digitalisasi, dapat disimpulkan bahwa Warung Nasi Sederhana Berhias belum memiliki model bisnis yang sistematis. Oleh karena itu, diperlukan penyusunan strategi bisnis berbasis *Business Model Canvas* untuk memperkuat posisi usaha melalui pemetaan sembilan elemen utama yang mendukung keunggulan bersaing.

Merujuk pada Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha kecil dan menengah, pengembangan usaha dapat dilakukan melalui peningkatan jaringan pemasaran, distribusi, keterampilan teknis, pengendalian mutu, kerjasama, dan transfer teknologi (Priyadi & Prasetyo, 2018). Dalam mengatasi permasalahan ini, peneliti merekomendasikan strategi bisnis dengan merancang *Business Model Canvas* yang ditinjau menggunakan analisis SWOT dengan terlebih dahulu mencari informasi pada kondisi internal dan eksternal perusahaan.

Menurut (Osterwalder & Pigneur.) *Business Model Canvas* (BMC) memainkan peran penting dalam membantu Warung Nasi Sederhana Berhias mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam operasional bisnisnya, seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, dan saluran distribusi. Dengan pemahaman yang mendalam tentang elemen-elemen ini, warung nasi dapat menyesuaikan penawaran menu dan strategi pemasaran untuk menarik pelanggan yang lebih luas. Selain itu, *Business Model Canvas* memungkinkan eksplorasi peluang inovasi, seperti penambahan pilihan makanan sehat dan layanan pesan antar yang lebih efisien, sejalan dengan tren yang berkembang. Di sisi lain, *Business Model Canvas* juga berfungsi sebagai alat untuk pengelolaan risiko, memberikan gambaran yang lebih jelas tentang fluktuasi harga bahan baku dan perubahan preferensi konsumen, sehingga pemilik dapat mengambil keputusan yang lebih tepat. Dalam jangka panjang, pendekatan yang terstruktur melalui BMC memastikan dasar yang kuat untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, memungkinkan WNSB untuk beradaptasi dan meningkatkan efisiensinya di pasar yang kompetitif.

Dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, BMC menyediakan pendekatan visual dan terstruktur untuk merancang, menggambarkan, dan mengembangkan model bisnis organisasi. Dengan sembilan blok utama mencakup elemen-elemen kunci seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya kunci, kegiatan kunci, mitra kunci, dan struktur biaya, *Business Model Canvas* memberikan pandangan holistik tentang operasi bisnis.

Pentingnya penggunaan *Business Model Canvas* (BMC), terutama dalam UMKM seperti warung nasi sederhana berhias, terletak pada kemampuannya memberikan pemahaman menyeluruh tentang operasional bisnis. Dengan BMC, warung nasi dapat mengidentifikasi peluang baru, mengelola risiko, dan mengoptimalkan elemen-elemen kunci dalam model bisnisnya, seperti menu, pelayanan, dan pemasaran. BMC juga membantu warung nasi untuk menghadapi tantangan persaingan pasar yang ketat, serta memberikan dasar yang kuat untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, dengan memperhatikan perubahan tren konsumen dan kebutuhan pasar yang terus berkembang (Pasaribu et al., 2023)

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) menjadi pendekatan strategis yang efektif untuk membantu organisasi mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja Warung Nasi Sederhana Berhias. Melibatkan evaluasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal, konsep SWOT memberikan gambaran menyeluruh tentang posisi suatu organisasi di pasar. Analisis SWOT memiliki relevansi yang sangat penting dalam merancang strategi pengembangan bisnis untuk UMKM, termasuk Warung Nasi Sederhana Berhias. Dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan internal, UMKM dapat lebih fokus pada penguatan dan perbaikan. Di sisi lain, dengan mengevaluasi peluang dan ancaman eksternal, Warung Nasi Sederhana Berhias dapat mengambil langkah proaktif untuk memanfaatkan peluang di pasar serta mengatasi potensi ancaman yang mungkin muncul.

Penggabungan *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT memberikan UMKM landasan strategis yang kuat. Dengan merancang strategi pengembangan bisnis yang terarah, UMKM dapat memaksimalkan kekuatan internal, atasi kelemahan, manfaatkan peluang pasar, dan kelola risiko. Pendekatan ini menjadi pondasi untuk pertumbuhan bisnis jangka panjang dan meningkatkan daya saing di pasar yang dinamis. Maka dari itu penulis melakukan penelitian mengenai "Strategi Pengembangan *Business Model Canvas* Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada UMKM Warung Nasi Sederhana Berhias)".

Dari masalah dan fenomena yang terjadi pada internal maupun eksternal UMKM Warung Nasi Sederhana Berhias diharapkan dengan menerapkannya *Business Model Canvas* dapat membantu menghadapi permasalahan tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang sebelumnya, menjelaskan bahwa persaingan bisnis yang sangat kompetitif dibidang bisnis yang sama menyebabkan UMKM Warung Nasi Sederhana Berhias kesulitan menghadapi kompetitor dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi *Business Model Canvas* (BMC) saat ini pada Warung Nasi Sederhana Berhias?
2. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi oleh Warung Nasi Sederhana Berhias?
3. Strategi apa saja yang dapat dirumuskan berdasarkan Matriks TOWS untuk meningkatkan daya saing Warung Nasi Sederhana Berhias?
4. Bagaimana rekomendasi BMC baru yang dapat disusun untuk meningkatkan kinerja dan daya saing Warung Nasi Sederhana Berhias?

1.4 Tujuan Penelitian

Sebagaimana maksud dari tujuan penelitian ini dalam menjawab rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini ialah dimaksudkan untuk:

1. Mengidentifikasi kondisi *Business Model Canvas* (BMC) saat ini pada Warung Nasi Sederhana Berhias untuk memahami elemen-elemen kunci yang mendukung operasional usaha.
2. Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi oleh Warung Nasi Sederhana Berhias, sehingga dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha.
3. Merumuskan strategi berdasarkan Matriks TOWS untuk meningkatkan daya saing Warung Nasi Sederhana Berhias di tengah persaingan yang semakin ketat.
4. Menyusun rekomendasi BMC baru yang dapat diimplementasikan oleh Warung Nasi Sederhana Berhias guna meningkatkan kinerja dan daya saing usaha dalam menghadapi tantangan di era digital.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, penulis berharap dapat memberikan manfaat dari penelitian ini, diantaranya yaitu:

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini memberikan panduan praktis bagi Warung Nasi Sederhana Berhias untuk memulai digitalisasi melalui langkah-langkah sederhana, seperti penggunaan media sosial, platform pesan antar, dan aplikasi kasir. Selain itu, penelitian ini menawarkan strategi pemasaran berbiaya rendah dengan memanfaatkan media sosial secara efisien dan meningkatkan layanan pelanggan melalui opsi pembayaran digital serta respons terhadap feedback pelanggan. Rekomendasi ini juga mencakup cara evaluasi sederhana untuk menilai efektivitas digitalisasi melalui indikator peningkatan penjualan dan respons pelanggan. Aspek praktis ini diharapkan dapat membantu Warung Nasi Sederhana Berhias dalam mengadopsi digitalisasi dan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

1.5.2 Aspek Praktis

Sebagai referensi bagi peneliti dan masukan bagi pelaku bisnis khususnya Warung Nasi Sederhana Berhias dalam mengembangkan perusahaannya menggunakan *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT.

1.6 Sistematika Penelitian Tugas Akhir

Penelitian ini terbagi menjadi lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang uraian umum mengenai teori-teori yang digunakan literatur yang berkaitan dengan penelitian sebagai acuan, serta kerangka pemikiran dari penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Metode penelitian membahas langkah-langkah yang dilakukan pada penelitian ini. Langkah yang akan dilakukan meliputi uraian tentang pendekatan, metode, dan teknik yang akan digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan analisis data yang diuraikan secara sistematis mengenai penelitian dengan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis menarik kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian yang telah dilakukan serta memberikan saran yang berkaitan dengan objek penelitian atau hal terkait lainnya.