

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : Paguyuban Pengusaha Kecil dan Menengah (PPKM)
Alamat Perusahaan : Rumah Kreatif BUMN Telkom, Jalan Raya Soreang No. 17, Kel. Pamekaran, Kec. Soreang, Kabupaten Bandung, Indonesia
Bidang Usaha : Komunitas UMKM
No. Telp : 022-5891205/+62-8112243738
Email : suryaukuei@gmail.com
Jam Kerja : Senin – Jum’at, 08-00 – 16-00

1.1.2 Sejarah Singkat PPKM

Paguyuban Pengusaha Kecil dan Menengah (PPKM) merupakan sebuah komunitas dan lembaga pembinaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang didirikan pada bulan Januari 2017 oleh Bapak. H. Surya Budiawan yang juga merupakan pelaku UMKM melalui perusahaan garmen miliknya, UKUEI Garmen *Manufacturing*. Dalam perjalanannya PPKM telah bekerja sama dengan berbagai pihak dalam rangka meningkatkan kualitas UMKM binaannya melalui pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan kompetensi UMKM, seperti manajemen, *marketing*, pengelolaan keuangan, dan aspek-aspek lainnya. Hingga saat ini UMKM anggota binaan Paguyuban Pengusaha Kecil Menengah (PPKM) terdata sebanyak 105 UMKM dan tersebar di 31 kecamatan dalam wilayah Kabupaten Bandung.

Pada bulan Agustus lalu PPKM bekerja sama dengan Universitas Parahyangan bersama Dinas Koperasi untuk menyelenggarakan program pelatihan SCORE, yaitu sebuah program pelatihan yang mengajarkan tentang prosedur-prosedur baru terkait cara untuk meningkatkan kerjasama di tempat kerja, produktivitas, dan mutu produk UMKM. Selanjutnya pada bulan September, PPKM melaksanakan penandatanganan kerja sama Universitas dengan Bina Nusantara (Binus) untuk melakukan pelatihan yang berkesinambungan. Pada bulan Oktober lalu PPKM berhasil mengukuhkan kerja sama

dengan PT. Telkom Indonesia untuk melakukan kerja sama melalui penggunaan fasilitas Rumah Kreatif BUMN (RKB) PT. Telkom yang berlokasi di Kecamatan Soreang, Kabupaten Bandung, dan juga mendapatkan pelatihan digitalisasi UMKM yang merupakan strategi jaringan RKB nasional dalam upaya peningkatan kompetensi dan daya saing UMKM di Indonesia.

1.1.3 Logo PPKM



Gambar 1. 1 Logo PPKM

Sumber: Arsip Perusahaan

1.1.4 Kegiatan PPKM

Paguyuban Pengusaha Kecil dan Menengah (PPKM) bersama dengan Rumah Kreatif BUMN (RKB) akan mendampingi dan mendorong para pelaku UKM dalam menjawab tantangan utama pengembangan usaha UKM dalam hal Peningkatan kompetensi, Peningkatkan Akses Pemasaran dan Kemudahan akses Permodalan. Pendampingan dilakukan melalui proses kegiatan yang diawali dengan proses registrasi dan analisa data UMKM.

Hasil seleksi UKM dengan klasifikasi kompetensi *medium* sampai dengan *high* akan diarahkan langsung pada tempat konsultasi dan *quality control*. Di tempat ini, pelaku

UKM akan didampingi para ahli dalam pengembangan usaha untuk meningkatkan kualitas produk, standarisasi bahan baku, standarisasi produksi, bimbingan pengembangan produk baru, *packaging*, *branding*, *quality control* dan bimbingan pendanaan. Sedangkan UKM dengan kompetensi low sampai dengan medium akan diarahkan menuju tempat belajar dan berbagi. Di tempat ini, pelaku UKM mendapatkan pelatihan sesuai dengan modul yang dibutuhkan, antara lain Bisnis dan Keuangan, Permodalan, Segmentasi dan Target Pasar, Proses Produksi dan Pemasaran serta *Total Quality Management*.

Setelah selesai mengikuti pelatihan, pelaku UKM akan diajak melakukan *sharing session* (diskusi). Selanjutnya Pendamping Ahli dari tim RKB akan membantu pelaku UKM untuk melakukan digitalisasi produk dan proses usaha di tempat digitalisasi dan *e-commerce online* dengan membimbing bagaimana cara merambah pasar *online*, SEO (*Search Engine Optimization*), dan promosi melalui social media. Pelaku UKM akan melakukan praktek secara langsung pembuatan dan pengelolaan *online commerce*, serta berdiskusi dan memonitor perkembangannya.

1.2 Latar Belakang

Badan Pusat Statistik Indonesia melaporkan pada Februari 2017 tingkat pengangguran di Indonesia sebesar 5,33% atau sebanyak 7,01 juta jiwa dari total angkatan kerja yang tersedia. Tingginya angka tersebut menyebabkan berkurangnya tingkat kesejahteraan masyarakat, terbatasnya lapangan pekerjaan yang tersedia membuat jumlah pengangguran semakin bertambah dan keadaan ekonomi di Indonesia semakin terpuruk. Indonesia merupakan Negara yang sedang berkembang. Pembangunan ekonomi yang dilakukan oleh Negara berkembang bertujuan untuk pemerataan pembangunan ekonomi dan hasilnya kepada seluruh masyarakat, meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, mengurangi perbedaan kemampuan antar daerah struktur perekonomian yang seimbang (Kunta, 2013).

Ketika perekonomian Indonesia sedang mengalami krisis. Salah satu sektor yang tetap bertahan dalam menjalankan usahanya adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM). UMKM merupakan sumber terbesar kehidupan ekonomi rakyat. UMKM tersebar di seluruh daerah, desa dan kota, dan meliputi hampir seluruh jenis lapangan

usaha yang ada. Kristiyanti (2012) menyatakan bahwa ketangguhan UMKM sebagai salah satu pilar yang dapat menopang perekonomian bangsa telah terbukti mampu bertahan hidup dan bersaing di tengah krisis ekonomi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama dipahami memiliki peran signifikan bagi pembangunan ekonomi suatu negara (Audretsch, Van der Horst, Kwaak, dan Thurik, 2009; Carter dan Jones-Evans, 2006). Secara spesifik, keberadaan UMKM dipercaya akan dapat berkontribusi terhadap upaya pengentasan kemiskinan melalui penciptaan lapangan kerja (Adomako, Danso, dan Damoah, 2016). Peran UMKM dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja diharapkan dapat menjadi langkah awal pemerintah untuk menggerakkan roda perekonomian dalam sektor produksi untuk berbagai lapangan usaha disaat kondisi usaha besar tidak dapat mempertahankan eksistensinya. UMKM yang sering dipandang sebelah mata ternyata bisa menjadi ujung tombak pemulihan perekonomian Indonesia secara berkesinambungan. UMKM hadir sebagai salah satu jalan keluar bagi Negara Indonesia untuk lepas dan bangkit dari masa-masa krisis ekonomi. Menurut Badan Pusat Statistika melalui penelitiannya menyatakan bahwa pasca krisis ekonomi yang terajdi jumlah UMKM di Indonesia tidak berkurang, justru meningkat bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai dengan tahun 2012.

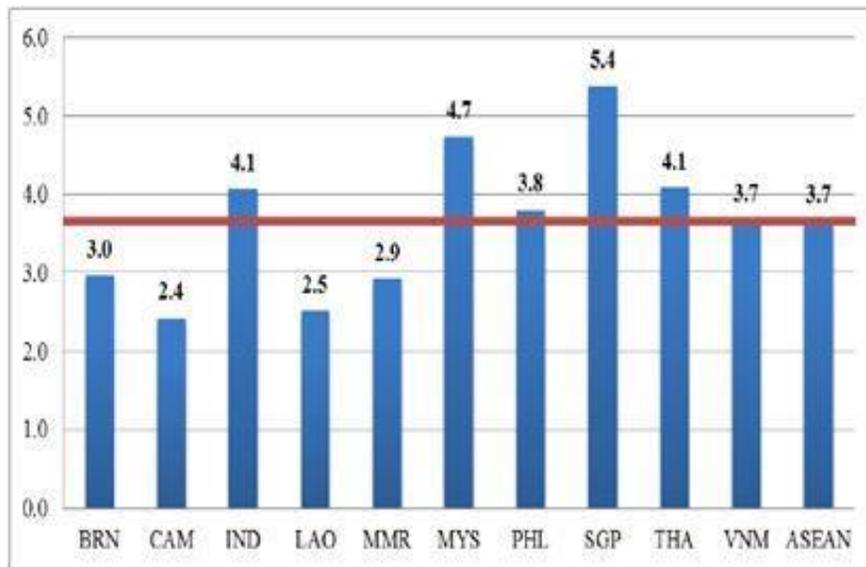
Tabel 1. 1 Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)

No	Indikator	Satuan	Tahun 2012		Tahun 2013		Perkembangan Tahun 2012-2013	
			Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	(%)
1.	Unit Usaha	Unit	56.534.592	99,99	57.895.721	99,99	1.361.129	2,41
2.	Tenaga Kerja	Orang	107.657.509	97,16	114.144.082	96,99	6.486.573	6,03
3.	PDB Atas Dasar Harga Berlaku	Milyar Rupiah	4.869.568,1	59,08	5.440.007,9	60,34	570.439,8	11,71
4.	PDB Atas Dasar Harga Konstan	Milyar Rupiah	1.451.460,2	57,48	1.536.918,8	57,56	85.458,5	5,89

Sumber : Kementrian Koperasi dan UMKM (2013)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pada tahun 2013, jumlah UMKM yang ada di Indonesia sebesar 57.895.721 unit , angka ini naik sebesar 2.41% dari tahun sebelumnya, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 114.144.082 orang dan memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 60,34% atau dalam harga konstan adalah sebesar 1.536.918,80 miliar rupiah.

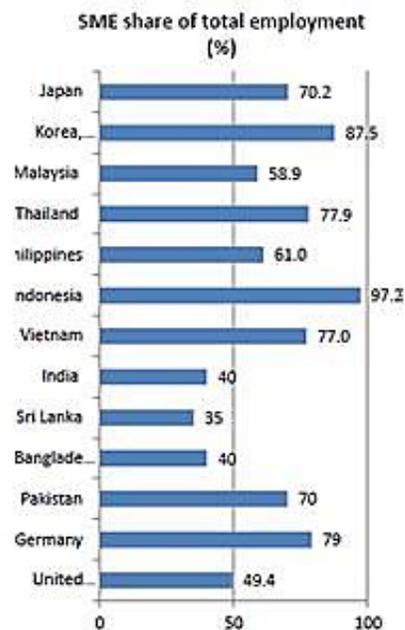
Kawasan Asia tenggara telah membentuk sebuah pasar tunggal yang disebut dengan masyarakat ekonomi Asean (MEA) agar dapat bersaing dengan India dan Cina. Terbentuknya MEA akan memudahkan transaksi jual beli barang dan jasa antar negara-negara di Asia Tenggara sehingga persaingan industri akan semakin meningkat (BBC Indonesia, 2014). Semakin ketatnya persaingan juga akan dirasakan oleh berbagai skala usaha termasuk usaha mikro, kecil, menengah (UMKM). Berdasarkan survey *ASEAN SME policy index*, Indonesia memiliki indeks sebesar 4.1, dan berada di urutan ketiga di ASEAN. Urutan pertama ditempati oleh Singapura dengan indeks sebesar 5.4 lalu Malaysia dengan *SME Policy index* sebesar 4.7 (ERIA, 2014). Hal tersebut ditunjukkan pada gambar 1.2 di bawah ini.



Gambar 1. 2 ASEAN SME Policy Index (2014)

Sumber : Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA), 2014

Jika dilihat gambar 1.3 maka dapat dikatakan bahwa pengembangan usaha kecil menengah di Indonesia sudah cukup baik, memang bukan berada diposisi pertama tapi sudah berada diatas rata-rata. Pemerintah Indonesia memiliki kinerja yang cukup baik dalam penerapan berbagai kebijakan yang berorientasi pada pengembangan UMKM di Indonesia. Tentunya hal tersebut akan berdampak positif pada faktor-faktor lain seperti penyerapan tenaga kerja dan kontribusi UKM kepada perekonomian Indonesia. UKM di Indonesia, seperti yang terlihat pada gambar 1.2, mampu menyerap 97,2% tenaga kerja. Hal tersebut menunjukkan bahwa UKM di Indonesia mampu menyerap banyak tenaga kerja. Presentase Penyerapan tenaga kerja oleh UKM di Indonesia sangat besar bila dibandingkan negara-negara Asia Tenggara lain seperti Thailand, Filipina, dan Malaysia.



Gambar 1. 3 Penyerapan Tenaga Kerja

Sumber : Yoshino dan Wignaraja (2015)

Provinsi Jawa Barat memberikan kontribusi terbesar keempat yaitu sebesar 14% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional setelah DKI Jakarta, Jawa Timur dan Kalimantan Timur. Padahal 50% dari total industri nasional berada di Jawa barat. Jumlah UMKM di Jawa Barat (2013) mencapai lebih dari 9.042.519 unit dan Usaha besar 1.853 unit atau sekitar 6,17 % dari total pelaku UMKM di Indonesia. Dari jumlah tersebut,

UMKM di Jawa Barat memberikan kontribusi bagi penyerapan tenaga kerja sebanyak 15.007.695 orang. Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Barat (2013), dengan banyaknya unit usaha dan penyerapan tenaga kerja yang diberikan oleh UMKM di Jawa Barat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap PDRB Jawa Barat yang mencapai 55,54 %. Penelitian kali ini akan berfokus pada usaha, mikro, kecil, menengah yang ada di Kabupaten Bandung. Berdasarkan (Tribun Jabar, 2012) Kepala Diskoperindag Kabupaten Bandung, Bambang Budi Raharjo mengatakan, jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung juga mengalami pertumbuhan sekitar 600 usaha. Dari 7.218 UMKM pada 2011 menjadi 7.818 UMKM pada tahun 2012. Pertumbuhan tersebut diikuti dengan penyerapan tenaga kerja dari 57.120 orang menjadi 60.546 orang atau meningkat sekitar 3000 kesempatan kerja. Omzet juga naik dari Rp 3,07 miliar menjadi Rp 3,082 miliar selama setahun.

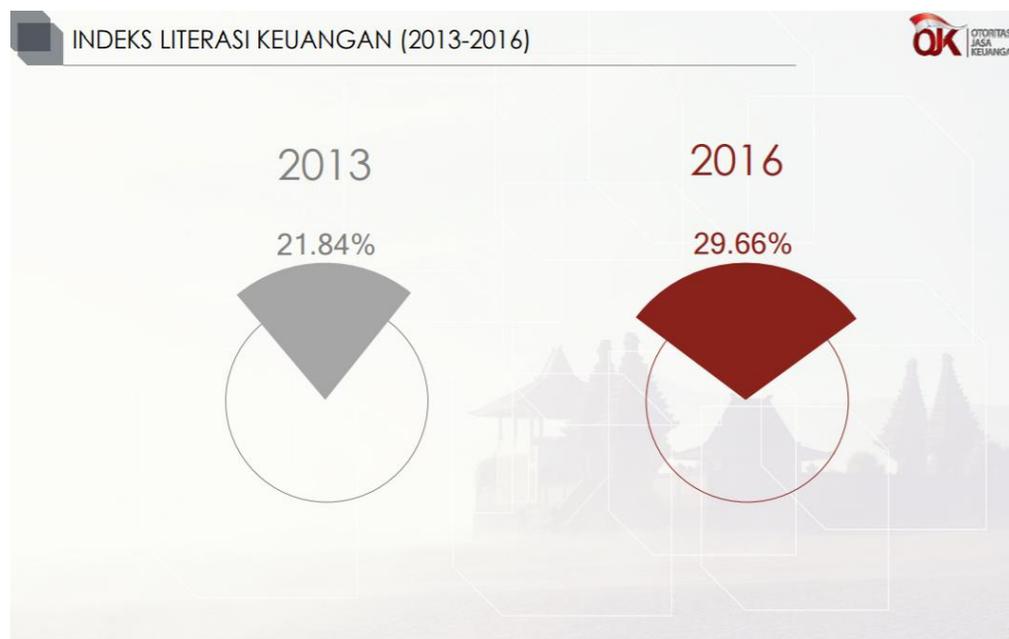
“Di sisi lain UMKM juga memiliki kelemahan yaitu sulit untuk tumbuh dan berkembang karna usahanya yang selalu stagnan, pasarnya terbatas, dan usahanya yang sulit untuk membesar.” (Sumber: www.arifedisonlawyer.id, diakses 29 November 2017). “Pelaku UMKM banyak yang belum mengerti disiplin administrasi. Selain tak tahu cara membuat laporan keuangan, mereka malah mencampuradukkan antara pengeluaran pribadi dan perusahaan sehingga usaha yang dijalankan tidak tumbuh melainkan hanya berjalan di tempat.” (Sumber: industry.bisnis.com, diakses 29 November 2017). Menurut Adomako (2015) pertumbuhan usaha adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran suatu perusahaan. Fatoki (2014) dalam penelitiannya mengatakan bahwa pertumbuhan bisnis biasanya didefinisikan dan diukur dengan menggunakan *absolute* atau *relative*, perubahan dalam penjualan, asset, kerja, produktifitas, dan keuntungan. Tingkat pertumbuhan UMKM dapat ditinjau melalui faktor-faktor yang mempengaruhinya, terdiri dari 3 indikator, yaitu : *growth in sales revenue*, *accumulated assets* dan *number of employees* (Lusimbo, 2016). Sedangkan menurut Wickham (1998) pertumbuhan usaha dapat dilihat dari 4 dimensi yaitu, pertumbuhan keuangan, pertumbuhan strategis, pertumbuhan struktural dan pertumbuhan organisasi. *Output* dari dimensi tersebut akan dipakai untuk merepresentasikan tingkat pertumbuhan UMKM yang akan diteliti. Salah satu aspek yang mendukung agar UMKM berkembang yaitu dengan cara memperkaya pengetahuan pelaku UMKM mengenai pengetahuan keuangan sehingga pengelolaan

keuangan usaha dapat berkembang dengan baik (Aribawa, 2016). Abor dan Quartey (2010) menyatakan bahwa masih banyaknya permasalahan yang dialami UMKM terutama keterlambatan dalam pengembangan yang disebabkan oleh berbagai masalah konvensional yang tidak terselasaikan secara tuntas, seperti masalah kapasitas SDM, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran dan berbagai masalah lain yang berkaitan dengan pengelolaan usaha, sehingga UMKM sulit bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar.

Sedangkan menurut Dahmen dan Rodriguez (2014) juga menyatakan bahwa pentingnya pemahaman tingkat literasi keuangan bagi pelaku usaha guna memiliki kinerja perusahaan yang lebih baik, sehingga memungkinkan UMKM mengalami pertumbuhan bisnis. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan adalah pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*), dan keterampilan (*skill*), yang mempengaruhi sikap (*attitude*) dan perilaku (*behaviour*) untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Manurung (2009:4) menyatakan bahwa literasi keuangan adalah seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan dan efektif dengan semua sumberdaya keuangan mereka. Sedangkan menurut Basu (2005:2) dalam Nyamute dan Maina (2010) penelitiannya menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan untuk mengambil keputusan yang efektif dalam mengenai penggunaan keuangan saat ini dan pengelolaan keuangan masa depan.

Menurut Survei Nasional Literasi Keuangan Indonesia yang dilakukan pada tahun 2013 (www.sikapuangmu.ojk.go.id), diketahui bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia yang tergolong *well literate* (memiliki pengetahuan, keyakinan, keterampilan dan menggunakan produk jasa keuangan) hanya sebesar 21,8%, *sufficient literate* (memiliki pengetahuan dan keyakinan) sebesar 75,69%, *less literate* (memiliki pengetahuan) sebesar 2,06% dan *not literate* (tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan) sebesar 0,41%. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Visa barometer Global Financial Literacy 2016, menyatakan bahwa Indonesia memiliki tingkat pemahaman keuangan yang rendah jika dibandingkan dengan negara lainnya. Menurut survei Bank Indonesia, Indonesia memiliki literasi keuangan yang tergolong *well literate* rendah, baik di tingkat nasional dan global, dibandingkan dengan Negara ASEAN lainnya, Indonesia tertinggal jauh. Di Filipina mencapai 27%, Malaysia 37%, Singapura 98% pada tahun

2013. Terlihat pada gambar 1.4 menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) (2016) menyatakan bahwa bahwa indeks literasi keuangan yang sebelumnya sebesar 21,8% pada tahun 2013 meningkat menjadi 29,7% pada tahun 2016. Sedangkan menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Agustus 2014, penyaluran kredit untuk UMKM baru sebesar 18% (Rp 635 Triliun) dari total kredit (Rp 3.500 Triliun). Pihak OJK menganggap nilai tersebut sangat sedikit jika dibandingkan jumlah pelaku usaha UMKM yang berjumlah 57.895.721 unit. Tingkat literasi keuangan pada kelompok UMKM hanya sebesar 15,68% berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh OJK tahun 2013.



Gambar 1. 4 Kenaikan Indeks Literasi Keuangan (2013-2016)

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan 2016

Penelitian terdahulu yang membahas hubungan antara literasi keuangan dengan pertumbuhan usaha juga telah dilakukan oleh beberapa peneliti seperti Lusimbo, et al (2016), Adomako, et al. (2015), Dahmen dan Rodriguez (2014) dalam penelitiannya mengatakan bahwa, literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kesuksesan bisnis dan kinerja suatu perusahaan, untuk itu sangat diperlukannya pemahaman tingkat literasi keuangan untuk kelangsungan usahanya. Dan juga di dukung oleh penelitian dari Aribawa (2016) menyatakan bahwa, literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja dan

keberlangsungan UMKM. Literatur lainnya mengatakan bahwa literasi dan inklusi keuangan akan mampu meningkatkan pertumbuhan perusahaan (Cooper, Gimeno-Gascon, dan Woo, 1994). Akan tetapi dalam penelitian yang dilakukan oleh Eke dan Raath (2013) serta Olawale dan Garwe (2010) di Afrika Selatan menemukan bahwa pemahaman literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM dan kinerja UMKM. Oleh karena itu ditemukan *Research Gap* antara penelitian di Afrika Selatan dengan penelitian lainnya sehingga membuat peneliti ingin mengkonfirmasi fenomena serupa di Indonesia khususnya pada UMKM di Kabupaten Bandung. Peneliti ingin melakukan penelitian pada anggota UMKM yang dibina oleh Paguyuban Pengusaha Kecil Menengah (PPKM) yang merupakan sebuah komunitas dan lembaga pembinaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), tepatnya di wilayah Rancaekek dan Cileunyi. PPKM sendiri merupakan suatu lembaga yang berada di bawah naungan Rumah Kreatif BUMN (RKB) yang mendampingi dan mendorong para pelaku UKM untuk menjawab tantangan utama pengembangan usaha UKM dalam hal peningkatan kompetensi dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Melalui wawancara yang telah dilakukan penulis dengan Pembina PPKM, yaitu Bapak Surya Budiawan, ditemukan bahwa masalah yang dihadapi pelaku UMKM binaan PPKM salah satunya adalah pertumbuhan usaha yang stagnan dan usahanya yang sulit membesar akibat kemampuan pengelolaan keuangan yang masih lemah dan kemampuan manajerial yang belum baik, mayoritas usaha yang dibina oleh PPKM adalah usaha mikro. Berdasarkan latar belakang yang telah di jabarkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pertumbuhan Usaha pada UMKM (Studi pada Anggota UMKM Binaan PPKM Wilayah Rancaekek dan Cileunyi)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana literasi keuangan pada anggota UMKM binaan PPKM wilayah Rancaekek dan Cileunyi?
2. Bagaimana pertumbuhan usaha pada anggota UMKM binaan PPKM wilayah Rancaekek dan Cileunyi?

3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap pertumbuhan usaha pada anggota UMKM binaan PPKM wilayah Rancaekek dan Cileunyi?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui literasi keuangan pada anggota UMKM binaan PPKM wilayah Rancaekek dan Cileunyi.
2. Mengetahui pertumbuhan usaha pada anggota UMKM PPKM wilayah Rancaekek dan Cileunyi.
3. Mengetahui pengaruh tingkat literasi keuangan terhadap pertumbuhan usaha pada anggota UMKM binaan PPKM wilayah Rancaekek dan Cileunyi.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis:
 - a. Mengetahui literasi keuangan pada anggota UMKM binaan PPKM wilayah Rancaekek dan Cileunyi.
 - b. Mengetahui pertumbuhan usaha pada anggota UMKM binaan PPKM wilayah Rancaekek dan Cileunyi.
 - c. Mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap pertumbuhan usaha pada anggota UMKM binaan PPKM wilayah Rancaekek dan Cileunyi.
 - d. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya
2. Secara Praktis
 - a. Sebagai bahan pertimbangan bagi anggota UMKM binaan PPKM dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan pertumbuhan usaha.
 - b. Untuk menambah wawasan pembaca mengenai literasi keuangan dan pertumbuhan usaha pada anggota UMKM binaan PPKM wilayah Rancaekek dan Cileunyi.

1.6 Sistematikan Penulisan

Untuk memahami lebih jelas penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pertumbuhan Usaha pada UMKM (Studi pada Anggota UMKM

Binaan PPKM wilayah Rancaekek dan Cileunyi)” dibuat dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini menguraikan tentang jenis penelitian, variable operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang karakteristik responden, hasil penelitian, pembahasan hasil penelitian serta hasil perhitungan analisis data yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini menguraikan mengenai kesimpulan hasil akhir analisis, keterbatasan penelitian yang telah dilakukan serta saran yang diberikan kepada perusahaan, pihak-pihak lain dan penelitian selanjutnya.