

# BAB I

## PENDAHULUAN

### Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

Telkomsel didirikan pada tahun 1995 sebagai wujud semangat inovasi untuk mengembangkan telekomunikasi Indonesia yang terdepan. Untuk mencapai visi tersebut, Telkomsel terus memacu pertumbuhan jaringan telekomunikasi di seluruh penjuru Indonesia secara pesat sekaligus memberdayakan masyarakat. Telkomsel menjadi pelopor untuk berbagai teknologi telekomunikasi di seluruh Indonesia, termasuk yang pertama meluncurkan layanan *roaming internasional* dan layanan 3G di Indonesia. Telkomsel merupakan operator yang pertama kali melakukan uji coba teknologi jaringan *Long Term Evolution (LTE)*. Keunggulan produk dan layanannya menjadikan Telkomsel sebagai pilihan utama pelanggan di seluruh Indonesia. Memasuki era *Information and Communication Technology (ICT)*, Telkomsel terus mengoptimalkan pengembangan layanan di Indonesia dengan memanfaatkan potensi sinergi perusahaan induk yaitu PT Telkom (65%) dan SingTel Mobile (35%). Telkomsel terus mengembangkan layanan telekomunikasi selular untuk mengukuhkan posisi sebagai penyedia layanan gaya hidup selular. Telkomsel memiliki komitmen untuk menghadirkan layanan *mobile lifestyle* unggulan sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pelanggan. Telkomsel menghadirkan teknologi agar bangsa Indonesia dapat menikmati kehidupan yang lebih baik di masa mendatang. Untuk itulah, Telkomsel secara aktif mendorong pemanfaatan energi terbaru sebagai sumber energi untuk menara *Base Transceiver Station (BTS)* serta menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi remaja dan masyarakat yang kurang mampu. Melalui peningkatan kualitas masyarakat dan pelestarian lingkungan, Telkomsel berpartisipasi aktif untuk masa depan bangsa yang lebih baik.

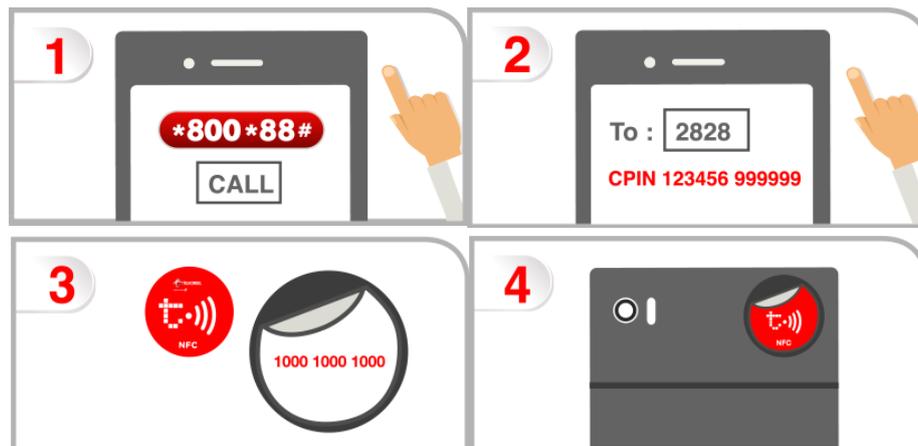
#### 1.1.2 Visi dan Misi

Telkomsel siap melakukan lompatan besar dalam evolusi telekomunikasi selular yang sejalan dengan perubahan gaya hidup. Dengan memiliki visi menjadi penyedia layanan dan solusi *mobile digital lifestyle* kelas dunia yang terpercaya.

Dan misi memberikan layanan dan solusi *mobile digital* yang melebihi ekspektasi pelanggan, memberikan nilai tambah kepada para *stakeholders*, dan mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

### 1.1.3 Salah Satu Produk Perusahaan

T-Cash adalah layanan uang elektronik (*Electronic money*) dari Telkomsel, dengan izin penerbitan dari Bank Indonesia (BI). Berbeda dengan pulsa, T-Cash dapat digunakan untuk bayar tagihan, bayar merchant, kirim uang. Berikut adalah cara mengaktifkan T-Cash TAP.



**Gambar 1. 1**

#### **Cara mengaktifkan T-Cash TAP**

*sumber:* digitalpayment.telkomsel.com, diakses Desember 2016

Beberapa manfaat menggunakan T-Cash:

i. Bayar dengan tap

**“Sekali Tap Untuk Semua”**

Dengan teknologi *Near Field Communication (NFC)* terbaru, T-Cash menawarkan cara pembayaran paling terbaru, aman, dan nyaman. Rasakan sensasi lebih dari sekedar membayar. Dapatkan stiker T-Cash TAP atau download aplikasi T-Wallet.

ii. Belanja online

**“Belanja Mudah & Aman”**

T-Cash menawarkan cara bayar merchant online yang mudah dan aman, Semua orang bisa pakai, tanpa perlu kartu kredit, tanpa perlu transfer bank, hanya klik saja.

FUNTAPSTIC PROMO adalah beberapa perusahaan yang sudah bekerja sama dengan Telkomsel, yang dapat memudahkan konsumen dalam proses transaksi dan memberikan promo tertentu kepada setiap pengguna T-Cash.

iii. Bayar beli di HP

**“Bayar Apa Saja On The Go”**

Dengan teknologi terbaru, T-Cash menawarkan kemudahan pembayaran dan pembelian dari telepon genggam. Cukup hubungi \*800# atau download aplikasi T-Wallet.

iv. Berbagi uang

**“Menjangkau Siapa Saja Dimana Saja”**

T-Cash memberikan kemudahan dalam pengiriman uang tanpa menggunakan rekening bank. T-Cash juga dapat mengirim dan menerima uang dari bank apa saja melalui jaringan *Automated Teller Machine (ATM)* Bersama.

## 1.2 Latar Belakang

Kebiasaan masyarakat dari waktu ke waktu telah berubah seiring dengan perkembangan teknologi yang pada akhirnya menuntut segala aktifitas menjadi lebih cepat dan efektif termasuk dalam sistem pembayaran yang digunakan. Untuk memenuhi tuntutan tersebut, maka inovasi dalam teknologi pembayaran pun dibentuk di bawah pengawasan Bank Indonesia (BI) agar menghasilkan sistem pembayaran berbasis teknologi yang aman. Melihat pada kondisi tersebut, diketahui bahwa perkembangan sistem pembayaran tidak bisa dipisahkan dengan perkembangan teknologi, sehingga evolusi pembayaran di Indonesia saat ini pun mengarah kepada sistem pembayaran yang berlandaskan pada perkembangan teknologi. Industri pembayaran baik yang melibatkan bank maupun lembaga selain bank, sama-sama melakukan pengembangan sistem pembayarannya. Terdapat beberapa bentuk pola pembayaran berbasis teknologi setelah sistem pembayaran menggunakan uang kartal dianggap kurang efektif dan terlalu berisiko.

Perkembangan terkini berbagai jenis sistem pembayaran menurut Bank Indonesia ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), 2011 di akses Desember 2016) diantaranya adalah, *Bank Indonesia - Real Time Gross Settlement System (BI-RTGS)*, kegunaannya lebih diutamakan untuk transaksi nilai besar dan bersifat penting seperti transaksi pengelolaan moneter, transaksi Pemerintah, transaksi pasar uang antar bank. Dilanjutkan dengan munculnya sistem *Kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI)*, salah satu kegunaannya adalah transfer kredit untuk transaksi ritel dengan nilai di bawah 100 juta, *Kliring* warkat debit cek, *bilyet giro*, nota debit lainnya. Selain bisa bertransaksi dengan jumlah nilai uang yang cukup besar, ada juga sistem pembayaran, Bank Indonesia (BI) *Scriptless Securities Settlement System (BI-SSSS)* berfungsi sebagai sarana penyelesaian transaksi dan pencatatan kepemilikan surat berharga secara elektronik. Ada juga sistem pembayaran *Central Depository and Book Entry Settlement System (C-Best)* adalah penyelesaian dana dari transaksi sekuritas yang diperdagangkan di pasar modal. Dengan berbagai macam jenis-jenis sistem pembayaran, Bank Indonesia (BI) mulai mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi dengan Jaringan Kartu *Automated Teller Machine (ATM)*, Transfer dana elektronik menggunakan kartu *Automated Teller Machine (ATM)* sehingga konsumen tidak perlu lagi mengantri panjang di bank. Setelah itu muncul Jaringan kartu kredit, pembayaran secara elektronik menggunakan kartu kredit. Kemudian ada juga *Money Transfer Operator*, menyediakan sistem atau jaringan dalam kegiatan transfer dana baik ke luar wilayah Indonesia, ke dalam wilayah Indonesia, maupun dalam wilayah Indonesia. Pada tahun 2009 Bank Indonesia (BI) mengeluarkan

peraturan resmi mengenai uang elektronik. Karena dirasa peraturan yang dibuat belum sempurna Bank Indonesia (BI) membuat perubahan peraturan tahun 2014 dan yang terakhir tahun 2016. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi tidak sedikit perusahaan yang menjadikan uang elektronik sebagai salah satu inovasi dalam sistem pembayaran. Uang elektronik adalah Pembayaran secara elektronik dimana nilai uang tersimpan pada instrumen atau *device* yang digunakan. Yang diikuti oleh 6 bank dan 4 perusahaan telekomunikasi.

Uang elektronik atau *electronic money* (E-Money) adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan internet seperti sistem penyimpanan harga digital (Purnama, 2012:1). Sedangkan menurut (Adiyanti, 2015: 2) uang elektronik adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Biasanya, transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan komputer. Uang elektronik memiliki nilai tersimpan (*stored-value*) atau prabayar (*prepaid*) dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang. Nilai uang dalam uang elektronik akan berkurang pada saat konsumen menggunakan untuk pembayaran.

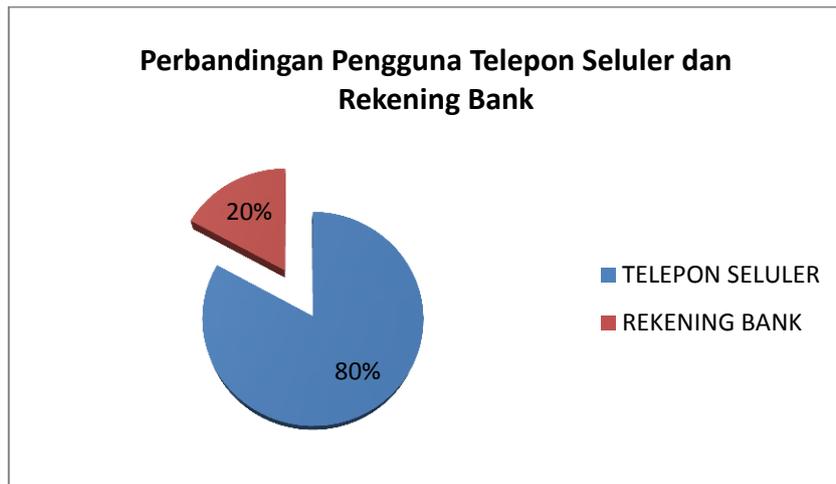
Saat ini Indonesia masih tertinggal dibandingkan dengan negara-negara di ASEAN dalam hal pembayaran dengan uang elektronik. Di negara Indonesia, pembayaran tunai transaksi ritel masih sebanyak 99,4% dan pembayaran secara non tunai 0,6% (Gerai Info Bank Indonesia, 2014:2). Untuk meningkatkan jumlah pengguna non tunai Bank Indonesia membuat suatu strategi dengan membentuk Gerakan Nasional Non Tunai pada 14 Agustus 2014 yaitu GNNT. GNNT ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan sistem transaksi non tunai, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang menggunakan sistem transaksi non tunai (*Less Cash Society*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya.

Sebelum membahas lebih dalam mengenai E-Money dan data-data yang telah ditemukan, ada baiknya meninjau terlebih dahulu “sejarah” singkat dari pertumbuhan uang elektronik di Indonesia dan kondisinya kini. Sesuai dengan data dan keterangan resmi tertulis yang kami peroleh dari IndoTelko Forum, transaksi uang elektronik di Indonesia sempat tercatat mencapai angka 1,4 milyar per hari dengan jumlah transaksi “hanya” mencapai 48 ribu kali dalam setahun. Di tahun berikutnya, jumlah transaksi uang elektronik terus meningkat tajam

hingga mencapai 73 ribu kali dalam setahun dengan mencetak nilai transaksi sebesar 1,9 milyar per hari. Tren pertumbuhan tersebut ternyata terus diikuti di tahun-tahun berikutnya, seperti pada tahun 2011 ketika transaksi uang elektronik melonjak naik hingga mencapai 112 ribu kali dalam setahun dengan nilai perputaran uang mencapai 2,7 milyar per hari. Tren ini terus melonjak ketika di tahun 2012, transaksi uang elektronik berlipat ganda hingga 219 ribu transaksi dalam setahun dengan nilai bisnis yang menyentuh angka 3,2 milyar per hari. Dari data pertumbuhan tersebut, bisa dikatakan setiap tahunnya transaksi uang elektronik bertumbuh sekitar 120% dari tahun ke tahun, hingga akhirnya pada tahun 2013 ini transaksi uang elektronik telah menembus angka 6,7 milyar per hari. Sungguh peningkatan yang sangat pesat. Dari tren pertumbuhan tersebut, pengguna yang paling ber-antusias dalam menggunakan layanan e-money datang dari masyarakat pengguna ponsel yang jauh lebih berpotensi. Namun sayang, dari survey yang dilakukan oleh IndoTelko Forum terhadap sekitar 2.000 responden menemukan masih adanya sejumlah kendala yang harus diperbaiki sebelum layanan uang elektronik dapat menjadi alat transaksi keuangan yang dapat diandalkan.

Berbeda dengan jenis transaksi lain, uang elektronik merupakan salah satu sistem pembayaran yang tidak hanya diikuti oleh bank tetapi termasuk di dalamnya perusahaan telekomunikasi yaitu Telkomsel, Indosat, XL, Smartfren. Partisipasi para provider tersebut dalam menyediakan uang elektronik tidak lepas dari besarnya potensi uang elektronik sebagai alat pembayaran umum di masa yang akan datang. Dalam [tekno.kompas.com](http://tekno.kompas.com) (2012) disebutkan bahwa provider-provider tersebut memiliki peluang besar untuk mendukung e-money karena jumlah pengguna telepon seluler jauh lebih besar dibandingkan dengan jumlah pengguna rekening di Indonesia.

Dimana pengguna rekening Bank sebanyak 60 juta, angka tersebut jauh lebih kecil dibandingkan pertumbuhan pengguna telepon seluler sebanyak 297 juta pengguna dalam kurun waktu 18 tahun. Berikut ini adalah perbandingan pengguna telepon seluler dan rekening bank.



**Gambar 1. 2 Perbandingan Pengguna Telepon Seluler dan Rekening Bank**

*Sumber:* tekno.kompas.com, 2014 diakses Desember 2016

Dari data di atas terlihat jelas perbandingan antara pengguna telepon seluler dan rekening bank. Artinya, dari sekian banyak penduduk di Indonesia Pengguna telepon seluler mendominasi sedangkan pengguna rekening bank hanya 20% dari jumlah pengguna telepon seluler. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya peluang yang cukup besar bagi perusahaan telekomunikasi untuk meluncurkan produk E-Money, mengingat bahwa pengguna telepon seluler dapat menjangkau berbagai kalangan masyarakat di Indonesia secara luas tanpa mengharuskan masyarakat memiliki sebuah rekening bank.

Saat ini Indosat XL dan Smartfren mulai meluncurkan produk uang elektronik dengan nama Dompetku, Tunaiku, dan Uangku mengikuti Telkomsel sebagai perusahaan telekomunikasi pertama yang meluncurkan sistem pembayaran uang elektronik. Produk yang dikeluarkan Telkomsel adalah Telkomsel Cash (T-Cash). T-Cash merupakan alat bayar mikro di Indonesia. Selain digunakan sebagai alat bayar, T-Cash suatu layanan yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi menggunakan ponsel. Transaksi yang bisa digunakan seperti pembelian barang melalui toko, website, pembayaran tagihan, pengiriman uang seperti transfer antar pengguna layanan T-Cash. Penggunaan T-Cash sendiri sudah berlangsung sejak November 2007.

Pertama kali diterbitkan cara menggunakan T-Cash adalah dengan mengakses \*808#. T-cash memberikan berbagai layanan diantaranya PROMO (diskon Cinema XXI, McDonald's, Wendy's, Baskin Robbins, Coffee Bean, Kyochoon, 7-Eleven, Bakmi GM), melakukan pembayaran token, transfer uang, isi pulsa, pembelian (mercant / tiket/ topup

cinema 21), pembayaran (kartu Halo, Listrik, Tv kabel, telepon dan internet, PDAM, cicilan, asuransi dan donasi), layanan keuangan (informasi rekening BTPN, transfer T-Cash ke BTPN, isi saldo T-Cash). Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi, Telkomsel berinovasi dan mengeluarkan produk T-Cash TAP dengan membuat suatu sticker berbasis NFC yang telah terhubung dengan telepon seluler pengguna, sehingga proses transaksi menjadi lebih mudah dan cepat. Hal tersebut merupakan salah satu strategi yang dilakukan telkomsel untuk mengembangkan produknya tersebut (Oktober 2015).

Telkomsel menjadi integrator sekaligus *service provider* yang didukung oleh Bank Indonesia (BI) sebagai regulator, Telkomsel sendiri bekerjasama dengan beberapa bank sebagai tempat penyimpanan dana diantaranya BNI, Mandiri, dan BCA. Saat ini terdapat merchant-merchant penjual barang dan jasa seperti Indomaret, Fuji Image Plaza, Perguruan Tinggi penyedia konten akademis, dan lain-lain yang bekerja sama dengan T-Cash. Menurut inet.detik.com (2016) McDonald's dan Cinema XXI menjadi merchant dengan pertumbuhan transaksi paling pesat. Selain kedua merchant tersebut ada Bakmi GM, 7-Eleven, Wendy's dan Coffee Bean. Peningkatan transaksi terjadi dengan adanya promo yang dilakukan oleh T-Cash dan merchant tersebut seperti potongan harga, *cash back* dan promo lain.

Sistem uang elektronik milik PT. Telkomsel ini sudah berlangsung selama hampir empat tahun. Pada bulan April 2011, data sebanyak 4,5 juta pelanggan dari 96 juta pelanggan Telkomsel terdaftar sebagai pengguna T-Cash. Sedangkan yang aktif bertransaksi baru 10% dari pelanggan terdaftar (publication.gunadarma.ac.id, 2016 Diakses Desember 2016). Berikut adalah jumlah pengguna yang terdaftar dan pengguna aktif T-Cash dari tahun 2011 sampai 2016.



**Gambar 1. 3 Jumlah Pengguna terdaftar dan Aktif T-Cash tahun 2011-2016**

*Sumber:* publication.gunadarma.ac.id, 2016 diakses Desember 2016

Berdasarkan data dari [www.publication.gunadarma.ac.id](http://www.publication.gunadarma.ac.id) (2016) di atas diketahui bahwa sekitar 4,5 juta terdaftar sebagai pengguna T-Cash Pada 2011 dengan tingkat keaktifan 10%. Sedangkan pada 2016 menurut [inet.detik.com](http://inet.detik.com) (2016) jumlah pengguna terdaftar T-Cash adalah 20 juta. Namun pengguna aktifnya secara keseluruhan (T-Cash NFC dan non-NFC) hanya sebanyak 6 juta yang berarti angka keaktifannya hanya 30%. CEO T-Cash Danu Wicaksono mengatakan bahwa target kami dongkrak angka pengguna sampai sekitar 80 juta atau 100 juta.

Berdasarkan wawancara peneliti kepada pengguna T-Cash mengenai pendapat responden atas produk tersebut, maka ditemukan beberapa masalah seperti kurangnya informasi mengenai pengisian ulang saldo, didukung oleh pernyataan Bank Indonesia ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), 2011 diakses desember 2016), meskipun perkembangan transaksi sistem pembayaran non tunai di Indonesia terus meningkat, namun peningkatannya belum signifikan mengurangi dominasi pembayaran secara tunai. Kondisi itu dikarenakan pemahaman masyarakat terhadap instrumen non tunai relatif rendah dan masih terbatasnya ketersediaan perangkat pendukung transaksi non tunai. Selain itu beberapa di antara responden menjawab penggunaan T-Cash hanya sebatas tren memiliki e-money tanpa ada keinginan untuk menggunakannya secara aktif. Promo-promo yang ditawarkan oleh T-

Cash juga menjadi alasan masyarakat untuk memiliki T-Cash, namun dengan promo berjangka dan jumlah potongan harga yang semakin berkurang juga membuat pengguna terdaftar cenderung tidak aktif menggunakan. Terakhir, sistem yang masih sering eror juga menjadi alasan berkurangnya minat keefektifan pengguna terdaftar dalam menggunakan T-Cash.

Berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh dari lapangan melalui wawancara kepada para pengguna T-Cash, maka diketahui terdapat beberapa faktor yang membuat angka keaktifan pengguna tidak maksimal dan setelah ditelusuri secara teoritis, faktor-faktor tersebut berkaitan dengan yang dikemukakan oleh Santomero and Seater dalam *Why e-money still fails, chances of e-money within a competitive payment instrument market* (2000) terdapat *transaction cost* yang menjadi alasan seseorang memilih metode pembayaran yang berbeda, yaitu: 1) *High effort to achieve discount*, usaha yang dibutuhkan untuk memaksimalkan uang elektronik agar konsumen lebih terbuka dan lebih *modern* dalam bertransaksi. 2) *Time error* adalah dilihat dari perkembangan zaman, uang elektronik lebih praktis dan tidak memerlukan waktu yang lama. Sangat mudah dan efisien. 3) *Cost of handling various means of payment*, kegunaan dari uang elektronik ini tidak hanya untuk bertransaksi atau untuk bayar beli saja, tetapi juga ada kegunaan lain seperti transfer antar bank dan transfer pulsa, dan diskon merchant. 4) *Explicit fees* adalah pembayaran sesuai dengan nominal yang ditagihkan jika menggunakan uang elektronik. Perhitungan pembayaran yang lebih akurat dibanding dengan uang tunai. 5) *Risk* adalah pencurian atau kehilangan, rusak, dan keamanan yang dihadapi konsumen dan bagaimana pertanggung jawaban dari perusahaan.

Bahkan menurut Bank Indonesia dalam Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Melalui Pengembangan E-Money (2006), menjelaskan bahwa dalam mengelola E-Money penerbit harus memperhatikan faktor-faktor teknis dan keamanan sebagai berikut: 1) Faktor teknis penyelenggaraan e-money, meskipun pada umumnya transaksi di merchant bersifat *off-line* namun untuk transaksi-transaksi seperti pada saat pengisian ulang oleh pemegang kartu dan proses penyetoran oleh merchant perlu dilakukan secara *on-line* atau mendekati *real-time*. 2) Faktor Keamanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi tingkat *security* penggunaan e-money. 3) Pengelolaan Risiko Likuiditas, dalam rangka menjaga kepercayaan masyarakat terhadap e-money maka sangat penting memastikan bahwa penerbit memperhatikan risiko likuiditas. 4) Proteksi terhadap Tindak Kejahatan Pencucian Uang (*Money Laundering*) merupakan salah satu yang menjadi perhatian dalam pengembangan e-money. Oleh karena itu, penerbit e-money berkewajiban

untuk mempersempit peluang penggunaan e-money untuk *money laundering* dan tindak kejahatan lainnya seperti pendanaan teroris, korupsi, perdagangan narkoba dan kejahatan berat lainnya.

Pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Imam Anendro (2016) yang berjudul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap penggunaan E-Money. Didapatkan hasil bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan persepsi kemanfaatan, harga fitur layanan dan promosi tidak berpengaruh positif terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan E-Money.

Dari data-data yang telah dipaparkan tersebut, diketahui bahwa jumlah pengguna aktif T-Cash masih minim yang disebabkan oleh beberapa faktor yang mengurangi minat penggunanya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis faktor-faktor yang mengurangi keaktifan pengguna uang elektronik T-Cash dalam bertransaksi oleh para *user* di kota Bandung tahun 2017**”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah yang diangkat oleh peneliti adalah apa saja faktor-faktor yang mengurangi keaktifan pengguna uang elektronik T-Cash studi pada pengguna T-Cash di Kota Bandung tahun 2017.

### **1.4 Tujuan penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang sebelumnya telah dipaparkan, yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mengurangi keaktifan pengguna uang elektronik T-Cash studi pada pengguna T-Cash di kota Bandung tahun 2017.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### 1) Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian dalam pelaksanaan strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan, terutama dalam faktor-faktor yang mengurangi keaktifan dalam menggunakan T-Cash.

## 2) Kegunaan Praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan-masukan kepada perusahaan, sehingga dapat menyusun strategi dengan memperhitungkan faktor-faktor yang mengurangi keaktifan dalam menggunakan T-Cash.

### **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Penulisan penelitian terdiri dari lima bab yang memiliki keterkaitan satu dengan yang lain. Berikut adalah sistematika penulisan dari penelitian ini:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan secara umum mengenai penelitian yang dilakukan. Berisi informasi umum diantaranya yaitu, gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan laporan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Pada bab ini dibahas teori-teori yang di ambil dari beberapa sumber baik berupa buku maupun media lain seperti internet. Terdapat pula perbandingan dengan laporan terdahulu yang mengangkat tema yang sama. Dibahas juga kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan pendekatan, metode dan teknik yang digunakan dalam melakukan penelitian.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan dari analisis data.

#### **BAB V PENUTUP**

Sebagai bab akhir, dalam bab ini akan disajikan kesimpulan dari hasil penelitian penulis dan beberapa saran dari penulis bagi pihak yang berkepentingan.