

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 PT PLN Icon Plus

PT PLN Icon Plus, sebelumnya dikenal sebagai PT Indonesia Comnets Plus, adalah subholding yang berada di bawah naungan PT PLN (Persero), dengan fokus utama pada teknologi informasi dan komunikasi (TIK) serta solusi bisnis. PT PLN Icon Plus (selanjutnya disebut **“Icon Plus”**) didirikan pada tanggal 3 Oktober 2000 dengan Akta Pendirian No. 3 yang disahkan oleh Notaris Raden Roro Hariyanti Poerbiantarim SH., CN. Pendirian ini didukung oleh surat persetujuan Menteri BUMN No. S-21/MD8-PM-PBUMN/2000 pada tanggal 23 Agustus 2000. Modal dasar Icon Plus sebesar Rp. 204 Miliar dengan modal yang telah disetor sejumlah Rp. 84,8 Miliar. Hingga 31 Desember 2019, saham Icon Plus dimiliki oleh PLN sebagai pemegang saham mayoritas dengan kepemilikan saham sebesar 99,999999%, sedangkan sisanya sebesar 0,000001% dimiliki oleh Yayasan Pendidikan Kesejahteraan PLN (YPK PLN).

Pada tanggal 21 September 2022, Menteri BUMN mengubah status Icon Plus yang sebelumnya merupakan anak perusahaan PLN menjadi Subholding *Beyond* kWh. Langkah ini diambil dengan tujuan meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses bisnis melalui optimalisasi pemanfaatan aset yang lebih efisien. Sebagai dampak dari perubahan ini, peran Icon Plus bukan hanya sebagai *IT Enabler*, tetapi juga diarahkan untuk menjadi tulang punggung utama PLN dalam mengembangkan lini bisnis baru di luar sektor kelistrikan atau yang dikenal sebagai *Beyond* kWh. Ini mencakup berbagai bidang seperti internet, konektivitas, platform perdagangan, pengisian daya kendaraan listrik, pertukaran baterai, sistem Charge-In, dan PLTS Atap (PLN Icon Plus, 2022).

Ketika pertama kali didirikan, Icon Plus memiliki fokus pada pelayanan jaringan telekomunikasi dalam mendukung operasional PLN sebagai Perusahaan Holding. Seiring berjalannya waktu dan kemajuan teknologi, serta kepemilikan hak eksklusif terkait pemanfaatan aset strategis (*Right of Way - RoW*) yang dimiliki oleh PLN, Icon Plus telah

menjadi salah satu pelaku utama dalam industri TIK Nasional. Hal ini membuatnya memiliki keunggulan dalam berkontribusi dalam mencakup seluruh wilayah Indonesia dan memacu transformasi digital di seluruh penjuru negeri. Selain memenuhi kebutuhan operasional PLN, Icon Plus juga melayani kebutuhan publik. Hingga saat ini, Icon Plus telah melayani lebih dari 2200 mitra bisnis, termasuk perusahaan dan instansi di Indonesia, terutama di sektor industri telekomunikasi, perbankan, keuangan, manufaktur, dan pemerintahan.

Icon Plus memanfaatkan lebih dari 1,5 juta tiang jaringan PLN yang tersebar di seluruh Indonesia, mencakup jaringan tegangan listrik di atas tanah, di dalam tanah, dan di dasar laut. Ini termasuk jaringan Tegangan Rendah (TR), Tegangan Menengah (TM), Tegangan Tinggi (TT), dan Tegangan Ekstra Tinggi (TET). Selain menggunakan tiang PLN, Icon Plus juga memaksimalkan penggunaan kabel pilot/tembaga, penghantar listrik (konduktor), serta akses dari dan ke bangunan di semua unit PLN (PLN Icon Plus, 2022).

Icon Plus mengelompokkan produk dan layanannya menjadi dua segmen. Pertama, segmen pelanggan korporat (bisnis perusahaan) yang menawarkan empat jenis produk dan layanan: ICONect, ICONWeb, ICONBase, serta ICONApps. Kedua, segmen pelanggan ritel (rumah tangga) yang menyediakan layanan produk *Fixed Broadband Internet* yang dikenal dengan nama Iconnet.

Tabel 1.1 Produk dan Layanan Icon Plus

No	Nama Produk/ Layanan	Penjelasan
1	ICONect	yaitu layanan komunikasi data yang menghubungkan lokasi pelanggan di berbagai wilayah Indonesia menggunakan jaringan <i>end to end fiber optik</i> . Jenis layanan yang ditawarkan antara lain <i>Clear Channel</i> , <i>IP VPN</i> , <i>Metro Ethernet</i> dan <i>IP VSAT</i> .
2	ICONWeb	yaitu layanan akses internet menggunakan <i>fiber optik</i> tanpa batasan waktu dan kuota yang menjangkau berbagai wilayah di Indonesia. Jenis layanan yang ditawarkan antara lain <i>Internet Corporate</i> , <i>IP Transit/NAP (Network Acces Point)</i> , <i>Indonesia Internet Exchange (IXX) Access</i> , <i>Stroomnet</i> , <i>Hosting</i> dan <i>I-WIN</i> .

(bersambung)

(sambungan)

No	Nama Produk/ Layanan	Penjelasan
3	ICONBase	yaitu layanan pengelolaan infrastruktur sistem dan data pelanggan dengan tingkat keamanan premium yang didukung <i>Data Center Tier-3</i> yang berlokasi di Indonesia. Jenis layanan yang ditawarkan antara lain <i>Data Center Colocation</i> , <i>Managed Serviced Router</i> , <i>ICONCloud Cirtual Data Center</i> , <i>Managed Service PC</i> dan <i>Notebook</i> .
4	ICONApps	yaitu layanan aplikasi untuk mendukung proses bisnis terintegrasi. Jenis layanan yang ditawarkan antara lain <i>Video Conference/i-VIP (ICON PLUS Video Presence)</i> , <i>Video As A Service (VAAS)/I-SEE (ICON PLUS Surveillance for Energy and Enterprise)</i> dan berbagai aplikasi untuk mendukung bisnis proses ketenagalistrikan (PLN) dan Non Ketenagalistrikan.
5	Iconnet	yaitu layanan <i>fixed internet broadband</i> dengan jaringan fiber optik untuk pelanggan retail (rumah tangga). Iconnet produk baru yang diluncurkan pada 31 Mei 2021 dan merupakan re-branding dari produk lama yang bernama Stroomnet. Iconnet diharapkan dapat bersaing dengan kompetitor eksisting yang sudah ada.

Sumber: PLN Icon Plus (2022)



Gambar 1.1 Logo Icon Plus

Sumber: PLN Icon Plus (2022)

Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan Icon Plus adalah sebagai berikut:

- a. **Visi:** Menjadi penyedia solusi TIK terkemuka di Indonesia berbasis jaringan melalui pemanfaatan aset strategis.
- b. **Misi**
 1. Memberikan layanan TIK yang terbaik di kelasnya kepada pelanggan guna meningkatkan nilai perusahaan.
 2. Memenuhi kebutuhan dan harapan PLN secara proaktif dengan menyediakan solusi-solusi TIK yang inovatif dan memberikan nilai tambah.

3. Membangun organisasi pembelajar yang berkinerja tinggi untuk mendorong Perusahaan mencapai bisnis yang unggul dan menjadi pilihan bagi talenta-talenta terbaik.
 4. Memberi kontribusi terhadap perkembangan telekomunikasi nasional.
- c. **Budaya Perusahaan:** Selaras dengan tata nilai yang dimiliki Perusahaan Holding, PLN yaitu AKHLAK.



Gambar 1.2 Budaya Perusahaan
Sumber: PLN Icon Plus (2022)

1.1.2 Iconnet

Iconnet adalah salah satu produk yang ditawarkan oleh Icon Plus berupa layanan *fixed internet broadband*, yang menggunakan infrastruktur jaringan serat *Fiber to The Home (FTTH)* yang dikhususkan untuk pelanggan ritel (rumah tangga). Iconnet menawarkan layanan internet dengan kualitas yang dapat diandalkan (*reliable*), harga yang terjangkau (*affordable*) dan tanpa adanya batas *Fair Usage Policy (FUP)*.

Iconnet pertama kali dikenalkan tanggal 31 Mei 2021, menggantikan *brand* sebelumnya yang bernama Stroomnet yang telah aktif sejak tahun 2019.



Gambar 1.3 Logo Iconnet
Sumber: <https://Iconnet.id>

Terdapat 4 varian layanan Iconnet yang dapat dipilih oleh pelanggan, dengan kecepatan internet mulai dari 35 hingga 100 *Mbps*. Harga-harga yang ditawarkan bervariasi tergantung pada lokasi atau wilayah yang dilayani. Informasi lebih detail mengenai jenis produk, kecepatan, dan harga dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 1.2 Tarif Iconnet

No	Wilayah	Tarif Per Bulan (Dalam Rupiah, belum termasuk PPN)			
		20 Mbps	35 Mbps	50 Mbps	100 Mbps
1	Jawa & Bali	-	239.000	299.000	399.000
2	Sumatera & Kalimantan	259.000	269.000	319.000	499.000
3	Indonesia Timur	279.000	319.000	449.000	669.000

Sumber: <https://Iconnet.id/>



Gambar 1.4 Coverage Area Iconnet

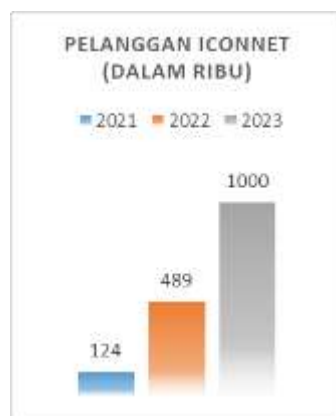
Sumber: <https://Iconnet.id/>

Adapun target pasar Iconnet yaitu masyarakat rentang usia 30-40 tahun, dengan skala sosial ekonomi pada level menengah, berada di lokasi Sub Urban (Kota Sedang, Kota Satelit di Jawa dan Ibukota Provinsi dan Ibukota Kabupaten di Luar Jawa) serta belum berlangganan internet rumah.

Pada tahun 2021, Iconnet telah berhasil mengukir prestasi dengan mendapatkan lebih dari 124 ribu pelanggan dan menjangkau lebih dari 300 ribu *homepass* dalam beberapa bulan saja. Ini menggambarkan pertumbuhan yang luar biasa sebesar 710% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya, yaitu tahun 2020. Keberhasilan ini sebagian didorong oleh kerjasama dengan produk dari PLN Holding, yaitu aplikasi

New PLN Mobile, yang membantu mempercepat penetrasi pasar. Aplikasi ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara *end-to-end*, mulai dari memeriksa cakupan area, memilih layanan, hingga pembayaran produk (PLN Icon Plus, 2021).

Mengutip dari Siaran Pers No. 342.PR/STH.00.01/VI/2023 tanggal 16 Juni 2023, Direktur Utama PLN, Darmawan Prasodjo, menekankan pentingnya menjaga tren positif dalam ekspansi bisnis di luar sektor kelistrikan, yang diperoleh oleh Icon Plus. Salah satu pencapaian yang patut diperhatikan adalah pertumbuhan yang luar biasa dari layanan internet Iconnet, yang berhasil tumbuh hingga 294%. Jumlah pelanggan telah meningkat dari 124 ribu pada tahun 2021 menjadi 489 ribu pada Desember 2022. Pada akhir tahun 2023 pengguna Iconnet telah mencapai lebih dari 1 juta pelanggan (PLN Icon Plus, 2023).



Gambar 1.5 Grafik Tren Perkembangan Jumlah Pelanggan Iconnet

Sumber: data yang telah diolah

1.2 Latar Belakang

PLN merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ketenagalistrikan yang memiliki asset strategis berupa ntuk *Right of Way (RoW)* lebih dari 1,5 juta tiang jaringan listrik yang tersebar di seluruh Indonesia. Infrastruktur ini melibatkan jaringan tegangan listrik di atas tanah, di dalam tanah, dan bahkan di dasar laut. Jenis-jenis jaringan ini meliputi Tegangan Rendah (TR), Tegangan Menengah (TM), Tegangan Tinggi (TT), dan Tegangan Ekstra Tinggi (TET). PLN juga memiliki sejumlah anak perusahaan, salah satunya adalah Icon Plus.

Awalnya, tujuan pendirian Icon Plus adalah untuk memberikan dukungan pada operasional bisnis utama PLN, dalam konteks pelayanan jaringan telekomunikasi. Namun, seiring berjalannya waktu, kemajuan teknologi, serta kepemilikan hak eksklusif atas pemanfaatan aset strategis yang dimiliki oleh PLN, Icon Plus berhasil meluaskan cakupan bisnisnya dari sekadar melayani PLN menjadi juga melayani publik.

Pada tanggal 21 September 2022, Menteri BUMN mengambil langkah signifikan dengan mengubah status Icon Plus dari sekadar anak perusahaan PLN menjadi sebuah subholding bernama "Subholding *Beyond kWh*". Keputusan ini diambil untuk memaksimalkan efektivitas dan efisiensi dalam proses bisnis. Dengan demikian, PLN sebagai perusahaan holding dapat fokus pada bisnis inti di sektor ketenagalistrikan, sedangkan Icon Plus diharapkan dapat menjadi lebih dari sekadar penyedia infrastruktur IT (*IT Enabler*) melainkan Icon Plus diharapkan akan menjadi penghasil pendapatan (*revenue generator*) dengan mengembangkan lini bisnis baru di luar sektor ketenagalistrikan, yang dikenal sebagai "*Beyond kWh*". Sebagai bagian dari upaya ini, Icon Plus meluncurkan produk inovatifnya, yaitu Iconnet, yang menawarkan layanan *fixed internet broadband* yang didukung oleh teknologi serat optik.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh APJII (2024:13), pada tahun 2024, penggunaan internet telah menembus ke berbagai lapisan masyarakat yang mana telah mencapai 221 juta jiwa atau setara dengan 79,50% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 278,6 juta jiwa. Meskipun angka tersebut mencerminkan tingkat penggunaan internet yang cukup tinggi, masih terdapat sekitar 57,1 juta jiwa yang belum dapat merasakan manfaat layanan internet. Hal tersebut menunjukkan adanya peluang yang masih besar dalam bisnis layanan internet di Indonesia.



Gambar 1.6 Peningkatan Persentase Penetrasi Internet di Indonesia 2018-2024
Sumber: APJII (2024)

Sejak diluncurkan pada Juni 2021, dalam waktu kurang dari empat tahun, jumlah pelanggan Iconnet tumbuh pesat hingga 800%, mencapai lebih dari 1 juta pelanggan pada akhir tahun 2023. Dengan pangsa pasar sebesar 2,92%, Iconnet berada di posisi ketiga setelah Indihome dan First Media, mengungguli beberapa pesaing lama seperti MyRepublic, Vision, Biznet, CBN, dan XL Home (APJII, 2023).



Gambar 1.7 Pangsa Pasar Operator *Fixed Broad Band* tahun 2023
Sumber: APJII (2023)

Namun, jika dibandingkan dengan Rencana Jangka Panjang perusahaan untuk periode 2020–2024, pencapaian tersebut masih belum memenuhi target yang telah ditetapkan. Adapun rincian perbedaannya adalah sebagai berikut.

Tabel 1.3 Target dan Realisasi Pengguna Iconnet

Tahun	Jumlah Pengguna Iconnet	
	Target	Realisasi
2021	138 ribu	124 ribu
2022	1 juta	489 ribu
2023	3 juta	1 juta

Sumber: data yang telah diolah

Selain itu, Icon Plus diharapkan masih dapat terus berkembang dan menjadi *revenue generator* yang optimal, karena jika berkaca pada perusahaan-perusahaan utilitas di seluruh dunia, idealnya potensi pendapatan dari *Beyond kWh* dapat mencapai 5-10%

dari total pendapatan Perusahaan Holdingnya (Icon Plus, 2022a), sedangkan saat ini Icon Plus baru baru mencapai 1,1% saja (Icon Plus, 2023; PLN, 2023).

Berdasarkan Data Internal Perusahaan tahun 2023, terdapat beberapa kendala yang menghambat pencapaian target pengembangan Iconnet, antara lain:

1. Kurangnya kesiapan SDM dalam pemenuhan target pelanggan Iconnet.

Untuk mengatasi ini, hal yang telah dilakukan adalah dengan meminta bantuan SDM dari perusahaan holding serta menyelenggarakan pelatihan untuk pegawai dan mitra sesuai dengan kompetensi yang dibutuhkan.

2. Calon pelanggan kurang tertarik dengan Iconnet karena jarang nya pelaksanaan survey kepuasan pelanggan dan adanya komentar negatif di media sosial.

Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya ulasan negatif pelanggan yang disampaikan melalui media sosial seperti *Twitter* dan *Instagram* serta media *online* seperti laman *mediakonsumen.com*. Akan permasalahan ini, perusahaan telah mencoba meningkatkan kualitas layanan melalui pemasaran yang agresif.

3. Proses aktivasi layanan Iconnet memakan waktu cukup lama akibat jumlah SDM yang tidak seimbang dengan volume pekerjaan.

Untuk menyelesaikan permasalahan ini, perusahaan telah meminta tambahan pegawai dari perusahaan holding serta melaksanakan pelatihan bagi mitra dan pegawai sesuai dengan kompetensinya.

Hasil dari data tersebut mengindikasikan bahwa meskipun perusahaan telah berusaha untuk mengatasi permasalahan yang ada, kenyataannya permasalahan tersebut masih belum teratasi sepenuhnya. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan strategis yang berbeda guna mengatasi permasalahan tersebut.

Oleh karena itu, berdasarkan potensi kendala yang mungkin menghambat perkembangan bisnis Iconnet dan mengingat pertumbuhan potensial pasar internet yang besar, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan formulasi strategi bisnis yang dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam mengembangkan bisnis Iconnet melalui optimalisasi pemanfaatan aset strategis *Right of Way* yang dimiliki sehingga pada akhirnya Iconnet dapat berperan sebagai *revenue generator* yang terus berkembang.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan kondisi yang telah disampaikan pada bagian latar belakang, dapat disarikan sebagai berikut:

1. Iconnet merupakan salah satu produk dari Icon Plus yang diharapkan dapat menjadi penghasil pendapatan (*revenue generator*) pada lini bisnis baru di luar sektor ketenagalistrikan atau yang dikenal sebagai *Beyond kWh*. Hal tersebut ditempuh dengan mengoptimalkan pemanfaatan hak aset strategis *Right of Way (ROW)*, yaitu lebih dari 1,5 juta tiang jaringan listrik yang tersebar di seluruh Indonesia.
2. Dalam kurun waktu kurang dari 4 tahun sejak diluncurkan, Iconnet berhasil mencapai pangsa pasar sebesar 2,92% dan telah menguasai pangsa pasar terbesar ketiga setelah Indihone dan First Media pada tahun 2023. Iconnet telah mengungguli pangsa pasar pesaing lama seperti MyRepublic, Vision, Biznet, CBN, dan XL Home. Namun, angka tersebut sebetulnya masih dibawah angka yang ditargetkan sesuai Rencana Jangka Panjang Perusahaan tahun 2020 – 2024.
3. Iconnet dapat terus mengembangkan bisnisnya dengan mempertimbangkan potensi yang ada di Indonesia, yaitu sebagai berikut:
 - a. Menurut APJII (2024:13), penggunaan internet di Indonesia menunjukkan tren positif yang selalu meningkat dari tahun ke tahun. Selain itu, saat ini masih terdapat 57,1 juta penduduk yang masih belum menggunakan internet.
 - b. Berkaca pada perusahaan-perusahaan utilitas di seluruh dunia, idealnya potensi pendapatan dari *Beyond kWh* dapat mencapai 5-10% dari total pendapatan Perusahaan Holdingnya (PLN Icon Plus, 2022). Sedangkan saat ini, Icon Plus baru baru mencapai 1,1% saja (PLN Icon Plus, 2023; PT PLN, 2023).
4. Dalam rangka mengembangkan bisnis Iconnet, data internal perusahaan tahun 2023 mengemukakan bahwa terdapat beberapa kendala yang saat ini dialami Icon Plus yang menjadi penghambat dalam kesuksesan Iconnet dalam meraih tujuannya, diantaranya:

- a. Kurangnya kesiapan SDM dalam pemenuhan target pelanggan Iconnet.
 - b. Calon pelanggan kurang tertarik dengan Iconnet karena jarang nya pelaksanaan survey kepuasan pelanggan dan adanya komentar negatif di media sosial.
 - c. Proses aktivasi layanan Iconnet memakan waktu cukup lama akibat jumlah SDM yang tidak seimbang dengan volume pekerjaan.
5. Icon Plus telah melakukan berbagai upaya untuk mengatasi permasalahan sebagaimana poin 4 di atas, namun permasalahan tersebut masih belum dapat teratasi sepenuhnya.

Berdasarkan 5 kondisi tersebut maka perlu dilakukan analisis kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan secara mendalam yang nantinya menjadi dasar perusahaan dalam perumusan formulasi strategi bisnis yang baru. Hasil dari formulasi strategi tersebut diharapkan membuat Iconnet semakin berkembang dan mampu bersaing dengan kompetitor yang telah ada serta dapat mencapai tujuan utama yang telah ditetapkan perusahaan yakni menjadi *revenue generator* diluar lini bisnis ketenagalistrikan melalui optimalisasi pemanfaatan asset strategi yang dimiliki.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan, pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis terhadap lingkungan internal Iconnet?
2. Bagaimana analisis terhadap lingkungan eksternal Iconnet?
3. Bagaimana posisi strategi bisnis Iconnet saat ini?
4. Bagaimana rekomendasi pengembangan formulasi strategi Iconnet berdasarkan aspek *sustaining competitive advantage* dan *exploring new market* melalui analisis *SWOT*?
5. Bagaimana pemilihan alternatif formulasi strategi Iconnet berdasarkan analisis *QSPM*?

6. Bagaimana rencana aksi strategis Iconnet terkait internal organisasi, interaksi dengan pelanggan, dan interaksi dengan pemasok untuk tiga tahun ke depan?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan Iconnet.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi Iconnet.
3. Menganalisis posisi strategi bisnis Iconnet saat ini.
4. Merumuskan rekomendasi pengembangan formulasi strategi Iconnet berdasarkan aspek *sustaining competitive advantage* dan *exploring new market* melalui analisis *SWOT*.
5. Memilih alternatif strategi terbaik berdasarkan analisis *QSPM*.
6. Menyusun rencana aksi strategis untuk Iconnet yang mencakup internal organisasi, interaksi dengan pelanggan, dan interaksi dengan pemasok untuk tiga tahun mendatang.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat teoritis: Diharapkan mampu membantu dalam kerangka pemikiran terkait ilmu manajemen strategis pada bidang layanan penyediaan internet/*internet service provider (ISP)*
2. Manfaat praktis bagi perusahaan: Diharapkan mampu memberikan referensi kepada perusahaan dalam memilih alternatif strategi bisnis yang dapat meningkatkan kualitas produk/layanan yang pada akhirnya akan berimplikasi pada peningkatan laba perusahaan.
3. Manfaat praktis bagi peneliti: Diharapkan mampu memberikan wawasan untuk peneliti yang berkaitan dengan formulasi strategi bisnis yang dapat diimplementasikan di dunia kerja.

4. Manfaat praktis bagi peneliti lain: Diharapkan mampu menjadi referensi dan pengembangan pada penelitian selanjutnya.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai penjelasan umum, ringkas serta memadai yang memberikan penjelasan isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Pertanyaan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang berkaitan dengan objek penelitian, penelitian-penelitian terdahulu untuk menemukan celah penelitian dan kerangka pemikiran penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi sistematika penelitian mulai dari jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, kondisi social, pengumpulan data dan sumber data, validitas, reliabilitas dan teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dan pembahasan penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan rekomendasi dalam aspek akademik dan praktis.