

BAB I

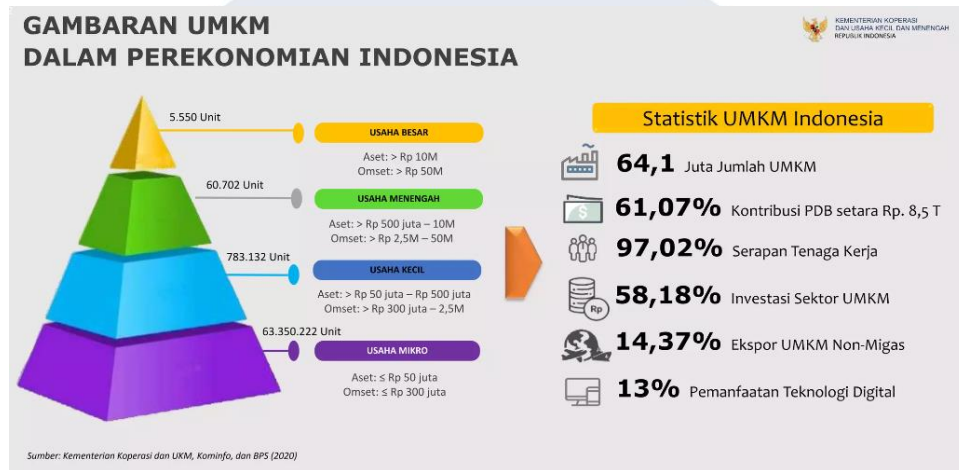
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kewirausahaan, pada hakikatnya, menjadi salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia dengan alasan-alasan tertentu. Antara lain, dapat meningkatkan produktivitas masyarakat, mendorong perkembangan ekonomi nasional, memajukan kreativitas dan kemampuan individu, mengurangi ketergantungan masyarakat pada pemerintah, serta potensial untuk meningkatkan penerimaan devisa dan menarik investasi asing apabila aktivitas kewirausahaan berjalan efektif (Putra, 2018).

Pemberdayaan kewirausahaan memiliki hubungan yang erat dengan peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan dalam proses pembangunan regional melalui eksplorasi potensi strategis para pengusaha. Terdapat kemajuan yang signifikan dalam aktivitas kewirausahaan di berbagai negara, terutama di Indonesia, seperti yang dikemukakan oleh Oetomo (2019). Riset sebelumnya telah mencatat bahwa sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran vital dalam perekonomian suatu negara, sehingga kinerja sektor UMKM memiliki keterkaitan yang kuat dengan kesejahteraan nasional (Chittihaworn et al., 2011). Selain itu, potensi dan peran kewirausahaan terbukti mampu bertahan dalam berbagai krisis. UMKM di Indonesia memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja untuk 96,87% angkatan kerja di Indonesia dan memiliki kontribusi signifikan terhadap keberlanjutan ekonomi nasional. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2018 mencapai sekitar 60,34%, dan perkiraan kontribusinya meningkat sebesar 5% pada tahun 2019 (Syarizka, 2019). Sektor industri makanan dan minuman (F&B) juga memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional. Pada tahun 2020, F&B menjadi penyumbang terbesar terhadap PDB nasional, mencapai 7,02% sebagai subsektor dari industri pengolahan non-migas, dan juga menyumbang nilai ekspor tertinggi

dalam kelompok manufaktur, mencapai 27,59 miliar Rupiah pada bulan Januari–November 2020 (Ramdhani et al., 2021).



Gambar 1.1 Gambaran UMKM dalam Perekonomian Indonesia

Berdasarkan ilustrasi pada Gambar 1.1, UMKM menjadi salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi yang sangat penting. Sektor UMKM mampu menyumbang sebanyak 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, setara dengan Rp 8.500 triliun pada tahun 2020. UMKM juga memiliki dampak positif dalam penyerapan tenaga kerja, mencapai 97% dari total daya serap tenaga kerja dalam dunia usaha pada tahun yang sama. Keterkaitan antara jumlah UMKM yang signifikan dan peningkatan lapangan pekerjaan di Indonesia mengindikasikan peran besar UMKM dalam pengembangan sumber daya manusia. Pada tahun 2018, UMKM juga berhasil menyerap kredit sekitar Rp 1 triliun (Kaspuddin, 2021).

Pertumbuhan UMKM terus meningkat dari tahun ke tahun di Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi Dan UKM Republik Indonesia (2018) mengenai perkembangan UMKM dan Usaha Besar (UB) pada tahun 2018-2019, jumlah UMKM mencapai sekitar 65,4 juta pada tahun 2019, menyumbang 99,99% dari total jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja dari sektor UMKM mencapai 120 juta pekerja atau sekitar 97% dari total daya serap tenaga kerja dalam dunia usaha. Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian Nasional (PDB) sekitar 60,51%, sementara pelaku usaha besar menyumbang 39,49% yang

menunjukkan peran vital UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2019 – 2021

Provinsi	2019	2020	2021
Jawa Timur	92031	108232	80573
Jawa Tengah	54440	66510	47195
Jawa Barat	32297	41023	29434
DKI Jakarta	12899	12933	8079
Nusa Tenggara Barat	10970	11749	9271
DI Yogyakarta	6443	4367	4332
Sulawesi Selatan	5037	5392	1343
Bali	4829	3894	2301
Sumatera Utara	4628	6668	5650
Banten	4427	6968	3568
Lampung	2827	4074	1219
Sumatera Barat	2734	3313	2543
Sulawesi Tengah	2423	3024	1004
Sumatera Selatan	2334	2165	1621
Aceh	2117	2572	1372
Kalimantan Selatan	1864	2835	1107
Riau	1517	1952	819
Gorontalo	1180	1363	129
Kalimantan Tengah	1042	1499	423
Kalimantan Timur	1007	1094	446
Kepulauan Bangka Belitung	685	482	574
Jambi	680	831	630
Nusa Tenggara Timur	678	1003	434
Sulawesi Barat	642	671	115
Sulawesi Utara	573	1384	625

Kalimantan Barat	530	962	557
Bengkulu	523	514	220
Sulawesi Tenggara	520	968	172
Papua	297	282	168
Kepulauan Riau	249	297	147
Maluku Utara	220	294	288
Maluku	165	311	111
Kalimantan Utara	162	192	58

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Berdasarkan Tabel 1.1, terlihat bahwa jumlah UMKM yang paling mendominasi berada di Pulau Jawa yang terdiri dari Provinsi Banten, D.I. Yogyakarta, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Dapat terlihat bahwa Banten merupakan provinsi dengan jumlah UMKM paling rendah di Pulau Jawa, dengan 3.568 UMKM pada tahun 2021. Bahkan dari sisi jumlah, UMKM di Provinsi Banten mengalami penurunan jumlah dari tahun 2020 sebesar 6.968 UMKM menjadi 3.568 UMKM di tahun 2021 (BPS, 2021).

Tabel 1.2 Jumlah UMKM di Provinsi Banten pada tahun 2021

Kabupaten/Kota	Jumlah
Kabupaten lebak	29.586
Kabupaten Pandeglang	19.546
Kabupaten Tangerang	15.359
Kabupaten Serang	10.729
Kota Tangerang	10.347
Kota Tangerang Selatan.	8.623
Kota Cilegon	5.152
Kota Serang	4.486

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Tabel 1. 3 Jumlah Penduduk di Provinsi Banten pada tahun 2020 – 2022

Provinsi	2020	2021	2022
Kabupaten Tangerang	3245619	3293533	3352472
Kota Tangerang	1895486	1911914	1930556
Kabupaten Serang	1622630	1647790	1678915
Kabupaten lebak	1386793	1407857	1433853
Kota Tangerang Selatan.	1354350	1365688	1378466
Kabupaten Pandeglang	1272687	1288314	1307090
Kota Serang	692101	704618	720362
Kota Cilegon	434896	441761	450271

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan tabel 1.2, secara administrasi Provinsi Banten memiliki 8 Kabupaten atau kota. UMKM Tangerang Raya (Kabupaten Tangerang yang berjumlah 15.359, Kota Tangerang berjumlah 10.347 dan Kota Tangerang Selatan berjumlah 8.623). Jumlah ini masih lebih sedikit dari Kabupaten Lebak yang berjumlah 29.586. Namun untuk Kota Cilegon dan Kota Serang yang memiliki jumlah UMKM lebih sedikit dibanding UMKM Tangerang Raya tidak masuk ke dalam penelitian dikarenakan berdasarkan tabel 1.3 berbanding lurus juga terhadap jumlah penduduk yang memiliki jumlah penduduk yang rendah, sehingga membuat jumlah UMKM nya juga rendah. Tangerang Raya (Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan) memiliki potensi kewirausahaan yang tinggi, dapat dilihat dari tabel 1.3, bahwa Tangerang Raya merupakan kota terpadat di Provinsi Banten dengan masing-masing jumlah penduduk pada tahun 2021 mencapai 3.293.533 jiwa di Kabupaten Tangerang, 1.911.914 jiwa di Kota Tangerang, dan 1.365.688 jiwa di Kota Tangerang Selatan (BPS, 2021). Rendahnya minat bisa disebabkan juga oleh banyak pabrik yang ada dan beroperasi di Tangerang Raya (Fatimah, 2023) sehingga masyarakat lebih memilih menjadi pekerja dibandingkan pengusaha.

Tabel 1.4 Sektor Usaha dengan Jumlah Industri Mikro-Kecil Terbanyak di Indonesia pada Tahun 2020

No	Nama	Nilai / Jumlah Unit Usaha
1	Makanan	1.510.000
2	Kayu (Non-Furnitur)	632.100
3	Pakaian Jadi	591.300
4	Tekstil	287.700
5	Barang Galian Bukan Logam	234.000
6	Pengolahan Lainnya	221.600
7	Pengolahan Tembakau	197.300
8	Furnitur	141.000
9	Barang Logam Bukan Mesin	118.300
10	Minuman	93.200

Sumber: Katadata, 2020

Menurut data yang tercantum dalam tabel 1.3, dapat dilihat bahwa sebagian besar usaha atau industri skala mikro-kecil (IMK) di Indonesia beroperasi dalam sektor makanan. Berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah unit usaha IMK di sektor makanan mencapai 1,51 juta pada tahun 2020. Persentase dari total IMK nasional yang bergerak di sektor makanan mencapai 36%, dengan jumlah total unit usaha mencapai 4,21 juta. Sementara itu, sektor lain yang signifikan adalah industri kayu dan barang dari gabus, rotan, dan bambu (non-furnitur) dengan 632 ribu unit usaha atau 15% dari total IMK nasional. Sektor dengan jumlah unit usaha paling sedikit adalah peralatan listrik dan sektor komputer, dengan jumlah IMK di bawah seribu unit usaha per sektor (Katadata, 2020).

Di Kota Tangerang, terdapat tiga sektor UMKM terbesar, yaitu: (1) sektor industri pengolahan dengan subsektor industri pengolahan karet, industri pengolahan makanan, dan industri alas kaki (sepatu); (2) sektor transportasi dan pergudangan dengan subsektor logistik dan pergudangan; (3) sektor informasi dan komunikasi dengan subsektor e-commerce dan bisnis digital. Dalam sektor industri

dan pengolahan di Kota Tangerang, perkembangan yang paling mencolok terjadi pada industri makanan (Rustanto et al., 2021).

Zooeneld (2017) menjelaskan bahwa sektor makanan dan minuman adalah kelompok perusahaan yang melakukan kegiatan usaha untuk menghasilkan produk makanan dan minuman. Bisnis di sektor ini menawarkan potensi pertumbuhan yang besar, namun dibandingkan dengan sektor UMKM lainnya, tingkat kegagalan bisnis makanan dan minuman cenderung lebih tinggi. Bahkan, sektor makanan dan minuman menjadi salah satu sektor unggulan di Bursa Efek Indonesia. Sektor tersebut didukung oleh perusahaan dengan kinerja terbaik. Pencapaian yang diperoleh masing-masing perusahaan dalam menghasilkan kinerja tidak terlepas dari kemampuan perusahaan dalam mendorong kestabilan penjualan. *Business success* makanan dan minuman menjadi perhatian khusus karena sektor ini telah menjadi kontributor terbesar dalam mendukung perekonomian lokal. Pertumbuhan sektor makanan dan minuman tidak hanya menciptakan peluang bagi pengusaha, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

Penelitian ini mengambil objek UMKM Makanan dan Minuman di Tangerang Raya. Berdasarkan data UMKM per sektor di Provinsi Banten, terlihat bahwa dari sektor makanan, merupakan sektor yang paling banyak digeluti masyarakat. Fenomena ini menandakan bahwa industri makanan memiliki potensi besar sebagai pendorong ekonomi lokal dan sebagai sumber penghidupan bagi banyak orang di wilayah tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk lebih memahami dinamika, tantangan, dan potensi pengembangan UMKM di sektor makanan dan minuman di Tangerang Raya. Dengan pemahaman yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *business success* UMKM dalam sektor ini, diharapkan dapat ditemukan strategi dan rekomendasi yang dapat membantu memajukan usaha kecil dan menengah di bidang makanan dan minuman di wilayah ini.

Mengutip dari data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis pada Juni 2022, terdapat sebanyak 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada

tahun 2020. Sebanyak 8.042 usaha (71,65 persen) di antaranya berupa restoran atau rumah makan, 269 usaha (2,40 persen) berupa katering, dan sisanya 2.912 usaha (25,95 persen) masuk dalam kategori lainnya (BPS, 2021). *Business success* makanan dan minuman di Tangerang Raya menjadi perhatian khusus karena sektor ini telah menjadi kontributor terbesar dalam mendukung perekonomian lokal. Pertumbuhan sektor makanan dan minuman tidak hanya menciptakan peluang bagi pengusaha, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

Salah satu aspek menarik dari bisnis di sektor makanan dan minuman adalah kemampuan untuk memulai usaha dengan modal relatif kecil. Hal ini memungkinkan para pengusaha untuk memasuki pasar dengan lebih mudah, meskipun mereka memiliki keterbatasan modal awal. Namun, perlu dicatat bahwa bisnis di sektor ini juga memiliki tantangan tersendiri. Validasi bisnis UMKM di sektor makanan dan minuman tidak selalu bersifat jangka panjang, dengan rata-rata usaha hanya bertahan selama sekitar enam bulan. Tingginya tingkat kompetisi dalam sektor ini sering kali membuat modal menjadi salah satu faktor kunci dalam mempertahankan bisnis (Risnawati, 2018).

Faktor kunci yang memainkan peran penting dalam *business success* UMKM di sektor ini adalah *self-efficacy* (Amidjono, 2021). *Self-efficacy* mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengatasi tuntutan dan kendala dalam menjalankan bisnis (Amidjono, 2021). Dalam konteks UMKM makanan dan minuman, *self-efficacy* kewirausahaan menjadi faktor kunci dalam menentukan apakah pengusaha memiliki daya tahan dan kemampuan untuk mengelola bisnisnya secara efektif. Karena sebagai pengusaha di sektor tersebut, harus mampu membuat keputusan penting sehari-hari terkait bisnis. Ini termasuk keputusan tentang bahan baku, harga jual, strategi pemasaran, dan lain sebagainya. *Self-efficacy* yang tinggi akan memberikan kepercayaan diri untuk mengambil keputusan yang tepat. Sebagian besar UMKM di sektor makanan dan minuman di Tangerang Raya beroperasi dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Persaingan yang ketat mengharuskan para pengusaha untuk memiliki tingkat *self-efficacy* yang

tinggi agar dapat mengatasi tantangan dan mempertahankan bisnis mereka dalam jangka panjang. Pengusaha yang percaya pada kemampuan mereka sendiri cenderung lebih termotivasi untuk mengembangkan strategi bisnis yang inovatif dan efektif. Srimulyani & Hermanto (2022) dan Nuryatimah & Dahmiri (2021) menyatakan bahwa *self-efficacy* berpengaruh terhadap *business success*. Sedangkan penelitian Ernawatiningsih & Arizona (2022) menyatakan bahwa *self-efficacy* tidak berpengaruh terhadap *business success*.

Menurut Havigurst dalam Syamsu (2005) salah satu tugas pengembangan seseorang adalah dengan mencapai jaminan ekonomi mandiri serta memilih dan mempersiapkan karier (pekerjaan). Berwirausaha merupakan salah satu jalan keluar guna mengatasi kesulitan dalam mencari pekerjaan. Tidak menutup kemungkinan juga seseorang yang menjadi wirausaha dapat membuka lapangan pekerjaan baru yang sangat diharapkan oleh para pencari pekerjaan. Oleh karena itu, sudah seharusnya masyarakat Indonesia mengubah pola pikir mereka tentang wirausaha dari yang mencari pekerjaan menjadi membuka lapangan pekerjaan dengan cara meningkatkan keterampilan berwirausahanya.

Budaya Indonesia yang lebih menekankan keturunan mereka guna menjadi pegawai negeri daripada menjadi seorang wirausahawan. Koentjaraningrat (2015) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa banyak orang tua tidak berusaha untuk mendidik anaknya supaya tidak tergantung kepada orang lain, anggapan orang tua kepada anaknya inilah yang menyebabkan kebanyakan orang Indonesia untuk memilih bekerja dengan orang lain dari pada membangun usaha sendiri.

Salah satu aspek yang dapat meningkatkan kualitas seseorang dalam wirausaha adalah dengan adanya *entrepreneurial motivation*. *Entrepreneurial Motivation* menjadi dasar seseorang mengapa memulai bisnis ataupun menjadi alasan seseorang dalam mempertahankan bisnis. Kuratko (2011) mengungkapkan bahwa *entrepreneurial motivation* merupakan semacam dorongan atau kekuatan individu dalam mempertahankan semangat kewirausahaannya. Oleh sebab itu, individu yang memiliki *entrepreneurial motivation* yang tinggi dalam menjalankan usahanya akan mencapai tujuan yang lebih maksimal.

Entrepreneurial motivation juga memegang peran penting dalam menentukan *business success* usaha mikro dan kecil di sektor makanan dan minuman di Tangerang Raya. *Entrepreneurial Motivation* menjadi pendorong utama yang mendorong individu untuk memulai dan mengembangkan usahanya. *Entrepreneurial Motivation* sering kali terkait dengan tujuan dan ambisi individu dalam berbisnis. Beberapa pengusaha mungkin memiliki *entrepreneurial motivation* untuk mencapai kemandirian finansial atau untuk menciptakan lapangan kerja bagi komunitas setempat. *Entrepreneurial Motivation* ini menjadi landasan kuat untuk mengatasi tantangan dan menjaga semangat bisnis tetap berkobar. *Entrepreneurial motivation* juga dapat mendorong pengusaha untuk menciptakan inovasi dalam produk atau layanan yang mereka tawarkan. Ketika pengusaha memiliki *entrepreneurial motivation* yang tinggi, mereka cenderung lebih terbuka terhadap ide-ide baru dan berani mengambil risiko untuk mengembangkan solusi yang unik. Sebagian besar pengusaha memiliki *entrepreneurial motivation* untuk memiliki kendali penuh atas usaha mereka sendiri. Mereka ingin dapat membuat keputusan strategis dan mengelola operasional harian tanpa terikat oleh aturan atau struktur hierarki yang ketat. Srimulyani & Hermanto, (2022) dan Nuryatimah & Dahmiri (2021) menyatakan bahwa *entrepreneurial motivation* berpengaruh terhadap *business success*. Ardiyanti & Mora (2019) menyatakan bahwa *entrepreneurial motivation* berpengaruh terhadap *business success*. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk menggali lebih dalam tentang "Pengaruh *Self-Efficacy* dan *Entrepreneurial Motivation* terhadap *Business Success* Usaha Mikro Dan Kecil Di Sektor Makanan Dan Minuman di Tangerang Raya."

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dasar masalah diatas, rumusan masalah yang juga menjadi pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Self-Efficacy* berpengaruh secara positif terhadap *Business Success* Usaha Mikro dan Kecil di Sektor Makanan dan Minuman di Tangerang Raya?

2. Apakah *Entrepreneurial Motivation* berpengaruh secara positif terhadap *Business Success* Usaha Mikro dan Kecil di Sektor Makanan dan Minuman di Tangerang Raya?
3. Apakah *Self-Efficacy* berpengaruh secara positif terhadap *Entrepreneurial Motivation* Usaha Mikro dan Kecil di Sektor Makanan dan Minuman di Tangerang Raya?
4. Apakah *Entrepreneurial Motivation* dapat menjadi perantara secara positif antara *Self-Efficacy* dan *Business Success* Usaha Mikro dan Kecil di Sektor Makanan dan Minuman di Tangerang Raya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pernyataan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Self-efficacy* terhadap *Business Success* Usaha Mikro dan Kecil di Sektor Makanan dan Minuman di Tangerang Raya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Entrepreneurial Motivation* terhadap *Business Success* Usaha Mikro dan Kecil di Sektor Makanan dan Minuman di Tangerang Raya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Self-Efficacy* terhadap *Entrepreneurial Motivation* Usaha Mikro dan Kecil di Sektor Makanan dan Minuman di Tangerang Raya.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Entrepreneurial Motivation* dapat menjadi perantara antara *Self-Efficacy* dan *Business Success* Usaha Mikro dan Kecil di Sektor Makanan dan Minuman di Tangerang Raya.
- 5.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini, baik dalam konteks akademis maupun penelitian dasar, diharapkan dapat memajukan informasi dan mengatasi tujuan penelitian.

1. Manfaat Akademis

- a. Akan membimbing para sarjana masa depan untuk menemukan model pendekatan lain dengan mengatur, memodifikasi, dan mengembangkan faktor-faktor dari tinjauan ini.
- b. Penelitian ini menunjukkan dan menyajikan pengaruh *self-efficacy* dan *entrepreneurial motivation* juga menyajikan pengaruh mediasi variabel *entrepreneurial motivation* terhadap hubungan antara *Self-Efficacy* dan *Business Success* Usaha Mikro dan Kecil di Sektor Makanan dan Minuman di Tangerang Raya.
- c. Dapat digunakan sebagai perspektif bagi para sarjana masa depan dan sebagai dasar untuk penelitian tambahan, terutama dalam konteks yang berkaitan dengan UMKM sektor makanan dan minuman.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai kontribusi pada dewan organisasi untuk secara signifikan meningkatkan seriusitas dan mengembangkan lebih lanjut *business success* melalui *self-efficacy* dan *entrepreneurial motivation*.
- b. Sebagai sumber informasi bagi Administrasi Negara Wilayah Banten dalam pengembangan dan pembentukan organisasi yang ditujukan pada seriusitas di pasar lokal, regional, dan internasional, terutama dalam hubungan dengan sektor makanan dan minuman.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan dari penelitian ini adalah batasan untuk mengatur konsentrasi dan cakupan penelitian. Objek dari penelitian ini adalah pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Tangerang Raya. Penelitian ini akan dibatasi pada dampak *self-efficacy* dan *entrepreneurial motivation* terhadap *business success* Usaha Mikro dan Kecil di Sektor Makanan dan Minuman di Tangerang Raya. Penelitian ini terdiri

dari variabel bebas, yaitu *self-efficacy*, variabel terikat, yaitu *business success*, dan variabel intervening, yaitu *entrepreneurial motivation*.

1.6 Sistematika Penulisan

Komposisi sistematis berarti bahwa para peneliti menyesuaikan dan mengorganisir laporan penelitian agar terstruktur dengan baik. Berikut adalah deskripsi sistematis dari studi "Pengaruh *Self-Efficacy* dan *Entrepreneurial Motivation* terhadap *Business Success* Usaha Mikro dan Kecil di Sektor Makanan dan Minuman di Tangerang Raya":

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang pemilihan judul penelitian, termasuk kerangka tugas, desain tugas, tujuan penelitian, komitmen penelitian, dan sistem pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Hipotesis sebagai dasar untuk menjawab pertanyaan utama penelitian disajikan dalam bentuk pertimbangan hipotetis, hasil penelitian sebelumnya, rincian asumsi, dan model yang akan dipertimbangkan.

BAB III METODE PENELITIAN

Mencakup deskripsi tentang penelitian dan tahapan penelitian, arti yang ditetapkan, uji, strategi penelitian, definisi fungsional, penilaian variabel, dan metode penelitian informasi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Mencakup temuan penelitian informasi dan percakapan tentang temuan menarik, uji validitas dan reliabilitas informasi, uji pengulangan, dan uji inferensi.

BAB V PENUTUP

Bagian ini adalah bagian terakhir dari kerangka proposal dan berisi kesimpulan, batasan, dan gagasan dari penelitian.