

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi semakin berkembang dari tahun ke tahun, mempengaruhi semua sektor kehidupan terutama di industri keuangan. Adanya kemajuan teknologi pada bidang keuangan melahirkan inovasi baru yaitu *financial technology* atau sering disingkat *fintech*. *Fintech* mungkin sering terdengar bagi mayoritas generasi milenial. Sebagian besar generasi milenial juga memanfaatkan *fintech* untuk bertransaksi jual beli ataupun transaksi lainnya. atau teknologi keuangan, mengacu pada penggunaan teknologi untuk mendukung atau mengaktifkan layanan dan aktivitas keuangan. Ini *Fintech*, dapat mencakup berbagai aplikasi dan bisnis, seperti sistem pembayaran seluler, platform pinjaman online, dan penasihat robo. *Fintech* memiliki potensi untuk merevolusi industri keuangan dengan membuat layanan keuangan lebih mudah diakses, efisien, dan nyaman bagi konsumen dan bisnis. Ini juga berpotensi mengganggu lembaga keuangan tradisional, karena perusahaan *fintech* sering menggunakan teknologi inovatif dan model bisnis untuk menawarkan layanan keuangan dengan cara baru dan berbeda.¹

Kini semakin banyaknya aktifitas manusia dalam menggunakan *financial technology*, dibutuhkan penggunaan teknologi agar lebih mudah, praktis dan efisien. Hal ini yang menjadi dasar dari lahirnya *mobile payment*. *Mobile payment* dapat diartikan sarana pembayaran nontunai dengan menggunakan *smartphone* yang memanfaatkan berbagai media teknologi wireless seperti kode OTP, NFC dan kode QR. *Mobile payment* dahulu menggunakan metode pembayaran lewat pesan text. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, *mobile payment* sekarang sudah ada aplikasinya dan bahkan bisa dilakukan dengan pengambilan gambar atau biasa disebut *scan QR code*.²

Pada hakekatnya *mobile payment* itu menggunakan teknologi uang elektronik atau biasa disebut *E-payment* karena *mobile payment* juga menggunakan metode yaitu uang disetorkan atau disimpan terlebih dahulu kepada penerbit, kemudian nilai uang tersebut disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*,

¹ Bank Indonesia, “Mengenal Financial Teknologi” 1 Desember 2018, <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>.

² Wikipedia, “Pembayaran Bergerak” 2 Juli 2022, [https://id.wikipedia.org/wiki/Pembayaran_bergerak#:~:text=Pembayaran%20bergerak%20\(bahasa%20Inggris%3A%20mobile.%2C%20NFC%2C%20dan%20kode%20OTP](https://id.wikipedia.org/wiki/Pembayaran_bergerak#:~:text=Pembayaran%20bergerak%20(bahasa%20Inggris%3A%20mobile.%2C%20NFC%2C%20dan%20kode%20OTP) .

dan nilai uang elektronik yang dikelola penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam hukum perbankan.³ Pemanfaatan uang elektronik sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis diharapkan dapat membantu kegiatan ekonomi yang bersifat massal, cepat, dan mikro sehingga pengembangannya dapat mempermudah transaksi di jalan tol, di sektor transportasi seperti kereta api dan angkutan umum lainnya. transportasi atau berdagang di minimarket, supermarket, parkir dan seperti di *coffee shop*.

Dari sudut pandang Islam, *e-payment* diperbolehkan selama pengguna terhindar dari transaksi yang dilarang atau mengandung riba. Uang elektronik, juga dikenal sebagai uang elektronik, uang digital, atau mata uang digital, adalah jenis mata uang yang dirancang untuk ditransfer dan disimpan secara elektronik. Ini dapat digunakan untuk membeli barang dan jasa, baik online maupun secara langsung, dengan cara yang sama seperti uang biasa dapat digunakan. Namun, uang elektronik tidak sama dengan uang biasa dalam artian bukan mata uang fisik yang bisa dipegang di tangan Anda. Sebaliknya, itu hanya ada dalam bentuk digital dan disimpan di dompet elektronik atau di platform pembayaran elektronik. Selama masih sesuai dengan prinsip syariah muamalah.. Firman Allah dalam QS. An-Nisaa: 29:⁴

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ
تَكُوْنَتْ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

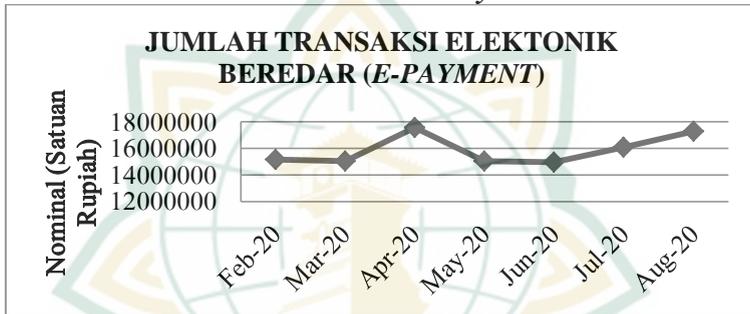
Dalam perkembangannya, penggunaan *e-payment* banyak mendapatkan animo dan perhatian dari berbagai lapisan masyarakat karena masyarakat mengharapkan alat pembayaran non tunai mampu meminimalisir beban resiko pemakaian uang. Dari segi teknologi

³ Bank Indonesia, “Apa Itu Uang Elektronik” 1 Desember 2020, <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>.

⁴ Al-Qur’an, A-Nisaa’ ayat 29, *Al-Qur’an Terjemah Indonesia* (Jakarta: PT. Sari Agung, 2007), 150.

alternative pemakaian *e-payment*, berpotensi untuk mengubah fungsi uang tunai. Akan tetapi *e-payment* tidak memiliki tujuan untuk mengubah fungsi uang tunai, namun hanyalah sebatas alternatif sistem pembayaran. *e-payment* disebut juga sebagai suatu alat atau media pembayaran yang mekanismenya memakai teknologi modern untuk memperlancar aktivitas perdagangan yang semakin efektif dan efisien. Hal ini dapat dikatakan sebagai perubahan menuju kearah yang lebih positif dikalangan masyarakat. Berikut adalah data jumlah penggunaan *E-payment*:

Tabel 1.15
Data Transaksi E-Payment



Sumber: <https://www.bi.go.id/>

Dari tabel 1.1 tersebut terlihat bahwa jumlah transaksi *e-payment* berjalan secara *fluktuatif* (tidak teratur). Pada bulan Februari menunjukkan angka 15.178.625.21, kemudian pada bulan April terjadi peningkatan signifikan. Lalu pada bulan Mei mengalami penurunan dan dilanjutkan pada peningkatan-peningkatan jumlah transaksi uang elektronik pada bulan-bulan setelahnya sampai dengan bulan Agustus tahun 2020.

E-payment sekarang juga semakin berkembang karena perusahaan *E-payment* sekarang banyak yang berkolaborasi dengan *e-commerce*, ojek online, supermarket, minimarket dan sekarang sudah menjamah ke usaha menengah kebawah. Salah satu contoh perusahaan *e-commerce* yang berkolaborasi dengan *E-payment* yaitu Tokopedia. Pembayaran Tokopedia menggunakan *E-payment* banyak mendapatkan keuntungan diantaranya yaitu mendapatkan *free* ongkir dan mendapatkan point yang bisa dikumpulkan. Selain Tokopedia, aplikasi ojek online seperti Gojek dan Grab juga menggunakan *e-*

⁵ Bank Indonesia, “Statistik Sistem Pembayaran” 7 November 2020, <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/transaksi.aspx>.

payment dalam salah satu sistem pembayarannya. Kolaborasi ini semakin memudahkan masyarakat dalam menggunakan dan memanfaatkan *e-payment* di kehidupan sehari-hari. Keadaan ini menjadi salah satu pengaruh meningkatnya penggunaan *e-payment* di Indonesia.

Berdasarkan survei dari Katadata.co.id pada April 2022, Platform teknologi finansial (*fintech*) pembayaran LinkAja memiliki pengguna 6,6 juta hingga saat ini. Jumlah ini akibat peningkatan 100% dibandingkan jumlah pengguna tahun lalu. LinkAja juga mendapatkan peningkatan pendapatan untuk layanan syariah sebesar 1.459% di 2021 (*year on year/yo*y). Pada tahun 2022, layanan syariah pada LinkAja melakukan *rebranding* menjadi LinkAja Syariah. Pertumbuhan yang sangat signifikan tersebut terjadi karena LinkAja banyak melakukan kolaborasi. LinkAja hingga saat ini telah berkolaborasi dengan PT Bank Syariah Indonesia Tbk, Ziswaf hingga Rumah Zakat, BMT UGT Nusantara, Muslimat Nahdlatul Ulama dan masih akan bertambah pada tahun 2023.⁶ Sedangkan pemilihan pihak LinkAja untuk *rebranding* menjadi LinkAja Syariah merupakan potensi dari uang elektronik berbasis syariah.

Penelitian oleh Zulfikar Hasan bahwa Potensi uang elektronik berbasis syariah di Indonesia memang cukup besar. Indonesia memiliki populasi muslim terbesar di dunia, dan ada permintaan yang signifikan dari konsumen muslim untuk produk-produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Uang elektronik sendiri telah menjadi alternatif yang populer untuk pembayaran non-tunai di Indonesia, karena memberikan kemudahan dan keamanan dalam melakukan transaksi. Potensi uang elektronik berbasis syariah di Indonesia dapat menjadi alternatif yang menarik bagi konsumen muslim yang ingin mengelola keuangan mereka sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini juga dapat memberikan peluang bisnis yang menarik bagi perusahaan yang ingin memasuki pasar keuangan syariah di Indonesia. Dengan permintaan yang terus meningkat, uang elektronik berbasis syariah memiliki potensi untuk terus berkembang dan mengambil pangsa pasar yang lebih besar di masa depan.⁷ Sehingga keputusan *rebranding* LinkAja menjadi LinkAja Syariah

⁶ Fahmi Ahmad Burhan, "Pendapatan Melesat 1.459%, LinkAja Ubah Merek Layanan Syariah" Katadata, 22 April 2022, <https://katadata.co.id/happyfajrian/finansial/62637483c6a37/pendapatan-melesat-1459-linkaja-ubah-merek-layanan-syariah>.

⁷ Hasan, Zulfikar, et al. "Prospect of Islamic Electronic Money in Indonesia: Case Study on the LinkAja Application." *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 12.1 (2022): 1-13.

dilakukan dengan tepat dan memberikan dampak pada peningkatan pengguna LinkAja Syariah. Inidkasi peningkatan pengguna LinkAja Syariah meningkat merupakan tanggapan dari konsumen.

Hal ini dapat dilihat dari prestasi LinkAja Syariah yang mendapatkan *Best Digital Payment Service Provider* tahun 2022. Peningkatan jumlah pengguna terdaftar LinkAja Syariah hingga mencapai 7,5 juta pada Juli 2022, meningkat sebesar 24% dari akhir tahun 2021, menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang menyadari manfaat menggunakan uang elektronik syariah dalam mengelola keuangan pengguna. Dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, LinkAja Syariah memiliki peluang untuk terus memperluas jangkauannya dan memperkuat posisinya di pasar uang elektronik syariah di Indonesia.⁸ Berdasarkan penjelasan mengenai peningkatan pengguna LinkAja Syariah di tahun 2022 dengan respon dari pengguna atau konsumen dari LinkAja Syariah berupa kesadaran uang elektronik berbasis syariah, dapat diketahui bahwa terdapat faktor pengalaman pengguna.

Penelitian oleh Raja Ela Safira dan Dhidhin Noer Ady Rahmanto menunjukan bahwa pengalaman dari *rebranding* berbasis Islam memberikan pengaruh pada keputusan penggunaan aplikasi *e-payment* yaitu LinkAja Syariah. *Islamic branding experience* dapat berdampak pada pengalaman pengguna *e-payment*. Ketika sebuah perusahaan *e-payment* melakukan rebranding, perubahan mungkin dilakukan pada elemen identitas merek, seperti logo, nama, atau tampilan aplikasi. Hal ini dapat mempengaruhi cara pengguna berinteraksi dengan platform *e-payment* tersebut dan dapat memengaruhi pengalaman pengguna secara keseluruhan.⁹ Pengguna LinkAja Syariah merupakan pihak pemakai dan penilai dalam proses pengalaman yang dirasakan saat menggunakan LinkAja Syariah dalam bertransaksi. Hal ini mendasar pada *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) adalah model yang dikembangkan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi dan merujuk pada faktor *user interface*, fitur dan keamanan.

⁸. Press Release. "LinkAja Syariah Raih Penghargaan Internasional sebagai Layanan Keuangan Digital Terbaik 2022". Akses pada 07 Juli 2022. <https://www.linkaja.id/artikel/linkaja-syariah-raih-penghargaan-internasional-sebagai-layanan-keuangan-digital-terbaik-2022>

⁹ Safira, Raja Ela, and Dhidhin Noer Ady Rahmanto. "Islamic Branding Experience dan Customer Citizenship Behaviour terhadap Keputusan Menggunakan Layanan LinkAja Syariah." *Etiad: Journal of Islamic Banking and Finance* 2.1 (2022): 1-19.

Apabila mengamati fenomena meningkatnya pengguna LinkAja Syariah karena pengalaman pengguna dan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang merujuk pada faktor yang mempengaruhi pengalaman pengguna LinkAja Syariah, maka diperlukan penelitian yang mengkaji tentang faktor *user interface*, fitur dan keamanan dalam mempengaruhi pengalaman pengguna LinkAja Syariah. Sedangkan dalam konteks *e-payment*, *performance expectancy* dapat diartikan sebagai harapan kinerja penggunaan *e-payment*, seperti kecepatan dan keamanan transaksi. *Effort expectancy* dapat diartikan sebagai harapan kemudahan dalam penggunaan *e-payment*, seperti kemudahan dalam melakukan transaksi dan navigasi aplikasi. *Social influence* dapat diartikan sebagai pengaruh lingkungan sosial dalam penggunaan *e-payment*, seperti pengaruh dari teman atau keluarga. *Facilitating conditions* dapat diartikan sebagai kondisi pendukung yang mempengaruhi penggunaan *e-payment*, seperti ketersediaan jaringan internet yang memadai dan dukungan teknologi yang memadai.¹⁰ *Research* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *user interface*. Konteks *e-payment*, UI yang baik dapat memberikan pengguna kemudahan dalam melakukan transaksi dan mengakses fitur-fitur yang tersedia. Hal ini dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan membuat pengguna merasa puas dengan aplikasi *e-payment*.¹¹

Pembuatan *user interface* bertujuan agar teknologi informasi mudah digunakan oleh *user* atau biasa disebut dengan istilah *user friendly*. Variabel *user interface* dipilih karena *user interface* dinilai mampu mempengaruhi pengalaman pengguna. *Research* yang dilakukan Bismaranti Nurulita Shauma tahun 2021¹² memberikan hasil bahwa variabel *user interface* berpengaruh positif terhadap pengalaman pengguna. Sedangkan *Research* yang dilakukan Alexander Wirapraja dan Handy Aribowo tahun 2021¹³ dengan hasil variabel *user interface* pengaruh terhadap minat beli pelanggan.

¹⁰ Ahmad, Mohammad I. "Unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT)." *LinkedIn Pulse* (2015): 179-211.

¹¹ Dewaweb, "Pengertian *User Interface*, Fungsi dan Karakteristiknya" 7 Juli 2022, <https://www.dewaweb.com/blog/user-interface/>.

¹² Bismaranti Nurulita Shauma, Skripsi: "Analisis Pengaruh *User Interface* dan Usability Terhadap *User Experience* Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan" (Medan: USU, 2021), vi-1.

¹³ Alexander Wirapraja dan Handy Aribowo, "Pengaruh Tampilan Antar Muka Terhadap Minat Beli Pelanggan *M-Commerce* (Studi Kasus Pelanggan *Go-Food*)" *Jurnal Eksekutif*, 18, No. 2 (2021): 87.

Analisis kedua yang digunakan dalam *research* ini adalah variabel fitur layanan. Fitur menurut KBBI yaitu karakteristik khusus yang terdapat pada suatu alat (smartphone dan sebagainya). Konteks *e-payment*, fitur yang baik dapat mencakup kemampuan untuk melakukan transaksi dengan berbagai metode pembayaran yang berbeda, kemudahan dalam melacak riwayat transaksi, dan fitur keamanan yang memadai.¹⁴

Beberapa produsen yang inovatif selalu berusaha membuat fitur produk yang lebih menarik dibandingkan produk pesaing dan ini merupakan cara yang efektif untuk memenangkan persaingan dengan cara yang sehat. Setiap aplikasi *E-payment* pasti memiliki fitur-fitur tambahan tersendiri tetapi pada dasarnya mereka miliki fitur utama yang fungsinya sama. Fitur juga dapat diartikan sebagai aspek sekunder karena hampir tidak ada batasan untuk pengembangan fitur tersebut sejalan dengan kemajuan teknologi, sehingga fitur dijadikan target pengembang aplikasi untuk berinovasi dalam upaya memuaskan pelanggan. Variabel fitur layanan dipilih karena fitur layanan dinilai mampu mempengaruhi pengalaman pengguna. *Research* yang dilakukan Setyo Ferry Wibowo, dkk tahun 2015¹⁵ memberikan hasil bahwa variabel fitur layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat. Sedangkan *research* yang dilakukan Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana tahun 2022¹⁶ memberikan hasil bahwa variabel fitur layanan berpengaruh kurang baik terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Analisis ketiga yang digunakan dalam *research* ini adalah variabel keamanan. Konteks *e-payment*, keamanan dapat mencakup berbagai aspek, seperti enkripsi data, penggunaan protokol keamanan, dan mekanisme verifikasi pengguna yang memadai. Dengan keamanan yang baik, pengguna akan merasa lebih percaya dan nyaman dalam menggunakan aplikasi *e-payment*, sehingga dapat meningkatkan pengalaman pengguna.¹⁷

¹⁴ KBBI Lektor, “2 Arti Fitur di Kamus Besar Bahasa Indonesia” diakses pada 10 Agustus 2022, <https://kbbi.ektor.id/fitur>.

¹⁵ Setyo Ferry Wibowo, dkk., “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-payment* Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6, No. 1 (2015): 453.

¹⁶ Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia,” *Jurnal Ecodemica*, 4, No. 2 (2020): 207.

¹⁷ Anita Sinda Sinaga, *Keamanan Komputer* (Kab. Solok: CV Insan Cendekia Mandiri, 2020), 3.

Keamanan di aplikasi *E-payment* bertujuan melindungi mengatasi dan mencegah sistem informasi dari resiko aktivitas illegal atau penjualan data pribadi. Variabel keamanan dipilih karena keamanan dinilai mampu mempengaruhi pengalaman pengguna. *Research* yang dilakukan oleh Nur Afiah tahun 2018¹⁸ dengan hasil variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap trust. Sedangkan *research* yang dilakukan Latifah Robaniyah dan Heny Kurnianingsih tahun 2021¹⁹ memberikan hasil bahwa variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

Berdasarkan latarbelakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Pengaruh *User Interface*, Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Pengalaman Pengguna Aplikasi *E-payment*” (Studi Pada Pengguna LinkAja Syariah Pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah *user interface* mempengaruhi pengalaman pengguna aplikasi *e-payment*?
2. Apakah fitur layanan mempengaruhi pengalaman pengguna aplikasi *e-payment*?
3. Apakah keamanan mempengaruhi pengalaman pengguna aplikasi *e-payment*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh *user interface* terhadap pengalaman pengguna aplikasi *e-payment*.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh fitur layanan terhadap pengalaman pengguna aplikasi *e-payment*
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh keamanan terhadap pengalaman pengguna aplikasi *e-payment*.

¹⁸ Nur Afiah, “Pengaruh Keamanan, Reputasi Dan Pengalaman Terhadap Trust Pengguna Internet Untuk Bertransaksi Secara Online” *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 1, No. 2 (2018): 58.

¹⁹ Latifah Robaniyah dan Heny Kurnianingsih, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo” *Journal IMAGE*, 10, No. 1 (2021): 53.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat membantu menambah, memperluas pengetahuan dan wawasan di bidang ilmu pengetahuan ekonomi, terutama *e-payment*.
2. Manfaat bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat terkait dengan teknologi *e-payment*.
3. Manfaat bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai evaluasi dan bahan guna untuk peningkatan inovasi teknologi *e-payment* di Indonesia agar dapat terus berkembang.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bagian antara lain :

1. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari dari judul, halaman pengesahan pembimbingan, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, moto, persembahan, pedoman transliterasi Arab-Latin, kata pengantar, daftar isi.

2. siBagian I

Bagian isi terdiri dari lima bab, masing-masing bab terdiri dari sus bab, secara sistematis, bab-bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah mengacu pada identifikasi dan definisi masalah penelitian spesifik yang coba dipecahkan oleh penelitian ini. Ini termasuk pernyataan yang jelas dan ringkas dari pertanyaan penelitian atau hipotesis, serta sub-pertanyaan atau tujuan terkait selanjutnya masalah, rumusan masalah, tujuan *research*, manfaat *research* serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari Landasan teori dari sebuah studi penelitian mengacu pada teori, konsep, dan model yang mendasari yang menyediakan kerangka kerja untuk penelitian tersebut. Teori-teori ini memberikan landasan untuk memahami masalah penelitian dan membimbing proses penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis penelitian & pendekatan, lokasi *research*, jenis dan sumber data, pengujian keabsahan data dan teknik yang digunakan dalam pengolahan data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari hasil dan pembahasan, yang berisi gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian serta analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan saran.

3. Bagian Akhir

Bagian ini berisikan daftar pustaka dan lampiran dalam penelitian

