

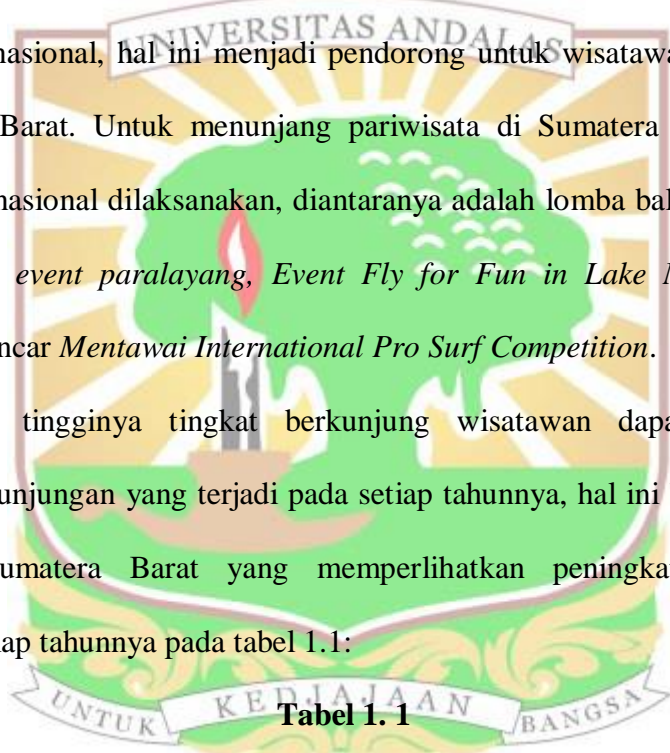
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Sumatera Barat merupakan salah satu tujuan yang banyak dikunjungi oleh wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Dimana fasilitas yang diberikan cukup baik, serta karena seringnya diadakan festival dan even yang berskala internasional, hal ini menjadi pendorong untuk wisatawan asing datang ke Sumatera Barat. Untuk menunjang pariwisata di Sumatera barat beberapa kegiatan Internasional dilaksanakan, diantaranya adalah lomba balap sepeda *Tour de Singkarak*, *event paralayang*, *Event Fly for Fun in Lake Maninjau*, serta kejuaraan selancar *Mentawai International Pro Surf Competition*.

Begitu tingginya tingkat berkunjung wisatawan dapat dilihat dari peningkatan kunjungan yang terjadi pada setiap tahunnya, hal ini bisa dilihat dari data BPS Sumatera Barat yang memperlihatkan peningkatan kunjungan wisatawan setiap tahunnya pada tabel 1.1:



Tabel 1. 1

Jumlah Wisatawan Mancanegara (Wisman) yang datang ke Sumatera barat, Januari 2015 – Juli 2018

Jumlah Wisatawan Mancanegara	Jumlah wisatawan mancanegara (Wisman) yang datang ke Sumatera Barat (Orang)			
	2015	2016	2017	2018
Sumatera Barat	49784	49686	56313	29691 (Juli 2018)

Sumber : BPS Sumatera Barat

Alasan lain yang menjadikan Sumatera Barat menjadi tujuan wisata adalah karena Sumatera Barat memiliki hampir semua jenis objek wisata alam seperti

laut, pantai, danau, gunung, dan ngarai. Selain itu pariwisata Sumatera Barat juga banyak menjual budayanya yang khas, seperti Festival Tabuik, Festival Rendang, permainan kim, dan seni bertenen. Disamping wisata alam dan budaya, Sumatera Barat juga terkenal dengan wisata kulinernya yang bermacam ragam dengan cita rasanya yang khas. (https://id.wikipedia.org/wiki/Sumatera_Barat#Pariwisata)

Wisata kuliner di Sumatera Barat telah menjadi daya tarik tersendiri untuk para wisatawan. Hal ini bisa dilihat dari masakan Padang dan restoran Padang dengan citarasa khas yang pedasnya dan sangat terkenal. Masakan Padang sendiri dapat ditemui hampir di seluruh penjuru Nusantara, bahkan sampai ke luar negeri. Beberapa contoh makanan dari Sumatera Barat yang cukup populer adalah Rendang, Sate Padang, Dendeng Balado, Itiak Lado Mudo, Soto Padang, dan Bubur Kampiun.

Dan untuk setiap kawasan di Sumatera Barat, masing-masing daerahnya memiliki makanan sebagai ciri khas daerah, yang biasa dijadikan sebagai buah tangan (oleh-oleh) misalnya: Padang terkenal dengan bengkuang, Padang Panjang terkenal dengan pergedel jaguang, Bukittinggi dengan karupak sanjai, Payakumbuh dengan galamai dan batiah. Selain itu Sumatera Barat juga memiliki ratusan resep, seperti kipang kacang, bareh randang, randang telur, dakak-dakak angko 8, rakik maco, pinyaram, Karupak Balado, dan termasuk juga menghasilkan Kopi Luwak. Seluruh keinginan para wisatawan untuk dapat memiliki berbagai macam makanan khas (oleh-oleh) ini dapat terpenuhi dengan membelinya di berbagai pusat oleh-oleh yang ada di Sumatera barat. (https://id.wikipedia.org/wiki/Sumatera_Barat#Masakan_khas)

Pusat oleh-oleh sendiri merupakan sebuah UKM (usahakecil menengah) yang membuat serta menjual berbagai ragam makanan khas dari Sumatera barat ataupun daerah itu sendiri. Berbagai pusat oleh-oleh telah tersebar di Sumatera barat baik di Kota maupun di Kabupaten. Dengan banyaknya tempat wisata yang ada membuat semakin banyak bertumbuhnya UKM pusat oleh-oleh di Sumatera barat.

Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat (https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_Kecil_dan_Menengah).

Menurut Suarmawan (2015) UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendirinya berdasarkan inisiatif individu di mana seseorang ingin meningkatkan taraf hidupnya. Sifat UMKM yang fleksibel serta dapat dilakukan oleh berbagai lapisan masyarakat bawah dan menengah, dan para pelaku UMKM atau pengusaha kecil dapat dengan mudah berpartisipasi didalamnya. Fleksibilitas yang dimiliki oleh UMKM dan tingkat skala yang kecil, telah membuat para pengusaha kecil semangat untuk memulai usaha kapan saja dan bersifat mudah mengawalinya.

Sumatera Barat sendiri memiliki begitu banyak UKM, termasuk untuk UKM pusat oleh-oleh. Dengan berkembangnya pariwisata serta terus bertambahnya kunjungan wisatawan ke Sumatera barat membuat semakin banyak masyarakat yang memilih untuk berwirausaha pada bidang ini. Namun tidak semua UKM yang ada mengalami kesuksesan pada bisnis yang dijalankannya. Masa-masa kritis yang harus dilalui perusahaan dalam hidupnya adalah selam lima tahun pertama sejak didirikan. Ternyata lebih dari 50% usaha kecil gagal melewati usia dua tahun pertamanya. Tidak sedikit pula usaha yang maju selagi kecil, namun kemudian jatuh setelah besar. Di samping itu, banyak pula usaha kecil yang cukup sukses ketika masih dikelola pendirinya. Suatu usaha dapat dikatakan berhasil jika pada usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan dalam jangka waktu tertentu.

Sumatera barat sendiri merupakan salah satu provinsi dimana sektor perdagangan dan industri kecil menjadi mata pencaharian oleh masyarakatnya. UKM sendiri telah mampu untuk berperan penting sebagai salah satu faktor yang dapat mengangkat masyarakat kecil dari jurang kemiskinan, karena dengan adanya UMKM tentu penyerapan tenaga kerja akan meningkat. Hal ini dibuktikan dalam data milik Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2011 yang menyebutkan bahwa lebih dari 55,2 juta unit UMKM mampu menyerap sekitar 101,7 juta tenaga kerja dan angka tersebut meningkat menjadi sekitar 57,8 juta unit UMKM dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 114 juta orang.

Untuk daerah Sumatera Barat sendiri Pusat oleh-oleh makanan sendiri telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dapat dilihat pada Kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi. Hal ini terbukti dengan jumlah pusat oleh-oleh makanan yang banyak di daerah tersebut. Berdasarkan hasil pra survey ditemukan 48 pusat oleh-oleh makanan di Kota Payakumbuh, 32 pusat oleh-oleh di Kabupaten Lima puluh kota dan 13 pusat oleh-oleh di Kota Bukittinggi dengan kriteria pusat oleh-oleh ini memproduksi dan juga memasarkan produknya.

Tabel 1. 2
Jumlah UKM di Sumatera barat

Kabupaten/Kota	Jumlah (%)	Persentase (%)	Jumlah (%)	Persentase (%)
Kepulauan Mentawai	4 624		0,80	
Pesisir Selatan	42 495		7,32	
Solok	37 115		6,40	
Sijunjung	29 056		5,01	
Tanah Datar	45 137		7,78	
Padang Pariaman	43 576		7,51	
Agam	56 592		9,75	
Lima Puluh Kota	47 549		8,19	
Pasaman	25 981		4,48	
Solok Selatan	15 559		2,68	
Dharmasraya	22 409		3,86	
Pasaman Barat	38 574		6,65	
Padang	89 699		15,46	
Kota Solok	9 843		1,70	
Sawah Lunto	8 719		1,50	
Padang Panjang	9 089		1,57	
Bukittinggi	22 200		3,83	
Payakumbuh	18 996		3,27	
Pariaman	13 131		2,26	
Total	580 344		100,00	

Sumber: BPS Sumatera Barat

Dari keseluruhan UKM yang ada di Sumatera Barat terdapat 19,64% adalah UKM pengelolaan makanan, dengan total jumlah sebanyak 113.957 usaha. Dari keseluruhan UKM yang ada di Sumatera Barat UKM penyedia makanan merupakan terbanyak kedua setelah UKM penyedia akomodasi.

Di kota Payakumbuh sendiri pusat oleh-oleh merupakan salahsatu UKM yang masih eksis sampai saat ini. Pusat oleh-oleh di kota Payakumbuh sangat membantu masyarakat dalam menambah penghasilan dalam keluarga, karena minat beli orang-orang untuk oleh-oleh masih sangat tinggi. Selain itu bahan baku untuk membuat berbagai makanan tradisional yang ada di pusat oleh-oleh sangat mudah diperoleh di Payakumbuh dan daerah disekitarnya. Banyak pemilik usaha dari UKM pusat oleh-oleh yang telah berhasil dalam menjalankan usahanya, sehingga membuat masyarakat di kota Payakumbuh mulai melirik jenis usaha ini.

Kabupaten Lima puluh kota sendiri memiliki objek wisata andalan mereka yaitu harau. Dimana harau selalu memiliki kunjungan yang tinggi, hal ini bisa terlihat pada saat musim lebaran dan liburan Harau bisa mendapatkan kunjungan wisatawan sebanyak 1500 – 2000 orang setiap harinya. Berikut juga dengan pusat oleh-oleh di Kabupaten Lima puluh telah mengalami perkembangan secara jumlah dan kualitas nya dalam memenuhi kebutuhan wisatawan. Alasan lainnya pusat oleh-oleh makanan ini berkembang dengan sangat baik adalah karena daerah Kabupaten Lima puluh kota yang merupakan daerah persinggahan untuk mereka yang akan menuju Provinsi Riau.

(Sumber:<https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/ribuan-wisatawan-kunjungi-lembah-harau-sumbar>)

Kota Bukittinggi terkenal dengan sebutan kota wisata. Hal ini dikarenakan kota Bukittinggi memiliki berbagai objek wisata yang menari banyak wisatawan untuk berkunjung. Perkembangan wisata di kota bukittinggi telah mengalami peningkatan, hal ini dibuktikan dari data pengunjung Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan pada tahun 2017 yang mengalami kenaikan 10,59 persen dari 703.718 orang menjadi 778.281 orang. Wisatawan asing yang berkunjung yang terdaftar di Polres Bukittinggi ke Kota Bukittinggi meningkat di tahun 2017 menjadi 3.885 orang. Perkembangan dari wisata kota Bukittinggi ini juga sejalan dengan berkembangnya pusat oleh-oleh makanan di kota tersebut. Kita dapat menemukan begitu banyak pedagang kecil ataupun besar yang menjual oleh-oleh makanan di kota Bukittinggi, namun berdasarkan pra survey yang dilakukan peneliti terdapat 13 pusat oleh-oleh yang memproduksi dan memasarkan produk mereka sendiri. (Sumber: BPS kota Bukittinggi dan data pra *survey*)

Dari yang disebutkan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi memiliki perkembangan yang baik dari segi pariwisatanya sehingga menjadikan pusat oleh-oleh makanannya juga mengalami perkembangan. Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat persaingan yang tinggi dan mereka telah mampu untuk memenuhi keinginan dari konsumen.

Keberhasilan sebuah UKM ini diperhatikan dari laba usahanya. Selain dari laba, keberhasilan usaha dapat dilihat dari target yang dibuat oleh pengusaha. Hal ini seperti yang terungkap menurut (Noersasongko, 2005) yang menyatakan bahwa kita dapat menganalisis keberhasilan usaha dengan mengetahui kinerja suatu

perusahaan (Kinerja perusahaan) yang dapat dirumuskan melalui suatu perbandingan nilai yang dihasilkan perusahaan dengan nilai yang diharapkan dengan memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki.

Kinerja perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam pencapaian maksud atau tujuan yang diharapkan (Suarmawan, 2015). Kinerja juga berkaitan erat dengan keunggulan kompetitif sebuah perusahaan. Dimana bisa dikatakan bahwa sebuah perusahaan yang memiliki kinerja yang baik biasanya memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan pesaing meraka sehingga perusahaan tersebut dapat bertahan menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi. Dalam menciptakan keunggulan kompetitif, perusahaan harus memperhatikan berbagai perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan internal dan eksternal. Pernyataan ini didukung dari penelitian (Tseng & Lee, 2014) yang menyatakan bahwa *performance* sebagai evaluasi atas efektivitas individu, kelompok, atau organisasi. Usaha yang memiliki kinerja yang baik tentu akan dapat mempertahankan kehidupan usahanya, namun untuk tetap menjaga kinerja dalam usaha berjalannya baik diperlukan berbagai strategi yang bagus dan mengatasi segala permasalahan yang ada pada usaha tersebut

Pada pusat oleh-oleh makanan di kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi sendiri memiliki permasalahan umum yang banyak dihadapi hingga saat ini diantaranya adalah pengurusan izin usaha yang sulit. Dimana yang menjadi keluhan pemilik usaha dalam mengurus izin usahanya adalah prosedur yang rumit dan sulit untuk dimengerti oleh pemilik usaha. Dan

banyak pemilik usaha yang mengatakan bahwa dalam pengurusan izin usaha mereka sering terhambat dan sulit dalam menangani selama proses perizinan tersebut. Karena itulah banyak yang mengalami permasalahan dalam mengurus perizinan usaha mereka (*Survey* Pendahuluan, 2018).

Permasalahan lain yang dialami oleh banyak UKM pusat oleh-oleh makanan di Kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi yaitu sulitnya untuk melakukan inovasi produk. Hal ini terjadi karena pada pusat oleh-oleh khususnya di kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi , Sanjai merupakan produk utama pada usaha ini. Dan melakukan inovasi produk pada produk sanjai merupakan hal yang sulit, dikarenakan bentuk dan rasanjai dari dulu hingga saat ini masih tetap sama. Jika dilakukan inovasi produk (perubahan produk) maka sanjai tersebut tidak begitu laku dan sulit diterima masyarakat karena *image* nya yang biasa telah berubah. Begitu juga dengan produk lainnya yang ada di UKM pusat oleh-oleh makanan kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi(*Survey* Pendahuluan, 2018).

Permasalahan terakhir yang menjadi kendala di UKM pusat oleh-oleh adalah pembukuan keuangan yang tidak jelas karena tidak adanya manajer. Hal ini banyak terjadi di UKM pusat oleh-oleh. Umumnya pemegang keuangan atau yang mengatur keuangan adalah pemimpin atau pemilik dari usaha tersebut. Dimana sering terjadi uang masuk dan uang keluar tidak tercatat dengan jelas, pemakaian uang pribadi dan uang usaha yang tercampur sehingga menjadikan untung rugi usaha menjadi tidak jelas. Kebanyakan terjadinya hal ini dikarenakan

pembukuan usaha yang tidak jelas, dan ketika disarankan untuk membuat pembukuan keuangan usaha yang lebih baik, pemilik usaha merasa hal itu terlalu rumit dan tidak perlu karena usaha tersebut merupakan usaha milik sendiri atau keluarga (*Survey Pendahuluan*, 2018).

Oleh karena itu dibutuhkan rencana inovasi produk yang lebih baik dan penerapan *Knowledge combination capability* yang lebih untuk mengelola sebuah usaha menjadi lebih baik. Seperti yang telah dikatakan oleh Sharma & Lacey (2004) pada penelitiannya bahwa produk baru yang inovatif ketika pertama kali diperkenalkan ke pasar hanya akan memiliki sedikit pesaing langsung dan hasil mungkin didapat oleh perusahaan untuk adalah keuntungan yang relatif tinggi. Seiring waktu, ini keuntungan yang tinggi cenderung mengikis karena imitasi dan kompetisi, tetapi perusahaan-perusahaan yang terus memperkenalkan produk-produk baru yang inovatif mungkin dapat mencapai profitabilitas yang tinggi untuk jangka waktu yang berkelanjutan.

Dalam mencapai kinerja perusahaan yang baik dibutuhkan berbagai usaha dari pemimpin maupun karyawan yang bekerja di usaha tersebut. Untuk itu mengelola suatu usaha menjadi lebih baik dan berkembang dibutuhkan kombinasi dalam pengetahuan dan manajemen (*Knowledge combination capability*) yang baik didalam usaha tersebut. Kedua hal ini merupakan sebuah kombinasi antara pemimpin dan karyawan didalam usaha tersebut saling berkontribusi dalam menghasilkan ide-ide baru dan menemukan solusi dari permasalahan yang dihadapi didalam usaha tersebut, penerapan yang tepat akan dapat meningkatkan kinerja didalam usaha. Seperti yang diungkapkan oleh Ruiz & Fuentes (2013) pada

penelitiannya bahwa sebagian organisasi yang mengelola dan menggabungkan pengetahuan mereka akan mendapatkan manfaat yang banyak. Dimana Kombinasi ini akan menunjukkan proses menyatukan elemen yang sebelumnya tidak terhubung atau mengembangkan kebiasaan baru untuk menggabungkan unsur-unsur terkait sebelumnya.

Knowledge combination capability sendiri telah digunakan sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan fungsi pada perusahaan. Carmeli & Azeroual(2009) juga menyebutkan dalam penelitiannya bahwa penerapan *Knowledge combination capability* ini memungkinkan organisasi untuk berinovasi dan mengatasi saingan mereka dalam lingkungan yang dinamis untuk menciptakan pengetahuan baru tercermin dalam peluang baru yang dihasilkan dari pendapatan dan keunggulan kompetitif.

Berdasarkan survey pendahuluan, kebanyakan pusat oleh-oleh makanan yang ada di Kota Payakumbuh Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi tidak menerapkan inovasi pada produk mereka secara menyeluruh dan tidak menerapkan *Knowledge combination capability* pada manajemen ataupun untuk karyawan di usaha mereka. Tetapi pusat oleh-oleh makanan tersebut masih bisa memiliki peningkatan untuk kinerja perusahaan dan tidak memiliki kendala yang berarti serta mereka masih bisa memproduksi setiap harinya sesuai target mereka meski tidak melakukan inovasi secara besar-besaran. Hal ini tidak sesuai dengan yang disebutkan pada literatur diatas dimana Kinerja perusahaan dipengaruhi *Knowledge combination capability* dan Kinerja perusahaan dipengaruhi oleh Inovasi produk.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti tentang pengaruh *Knowledge combination capability*, Inovasi produk dan Kinerja Perusahaan pada Usaha pusat oleh-oleh makanan di kota Payakumbuh Kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi. Maka dari itu, penelitian ini penulis beri judul **Keterkaitan *Knowledge combination capability*, Inovasi produk dan Kinerja Perusahaan pada Usaha pusat oleh-oleh makanan di kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi.**

1.2 Rumusan Masalah

Masalah penelitian yang di kembangkan di sini adalah mengenai UKM pusat oleh – oleh makanan di Kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi. Untuk itu penulis merumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *knowledge combination capability* terhadap Inovasi produk pusat oleh – oleh makanan di Kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi ?
2. Bagaimana Pengaruh Inovasi produk terhadap kinerja perusahaan pusat oleh – oleh makanan di Kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi ?
3. Bagaimana pengaruh *knowledge combination capability* terhadap kinerja perusahaan pusat oleh – oleh makanan di Kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi ?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menjawab rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, yaitu :

1. Menganalisis pengaruh *Knowledge combination capability* terhadap Inovasi produk UKM pusat oleh – oleh makanan di Kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi.
2. Menganalisis Pengaruh Inovasi produk terhadap Kinerja perusahaan UKM pusat oleh – oleh makanan di Kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi.
3. Menganalisis pengaruh *Knowledge combination capability* terhadap Kinerja perusahaan UKM pusat oleh – oleh makanan di Kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan dan memberikan informasi pengetahuan yang bisa dijadikan literatur tambahan dalam bidang ekonomi khususnya ilmu manajemen kewirausahaan dan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi dan acuan dalam penelitian pengaruh kemampuan kewirausahaan kolektif dan ketidakpastian lingkungan terhadap kinerja usaha pada UKM yang menggunakan alat atau variabel yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UKM pusat oleh-oleh makanan

Penelitian ini dapat menjadi sumber perbaikan dan masukan serta strategi usaha bagi pihak pemimpin ataupun manajemen untuk kemajuan usaha mereka.

b. Bagi Fakultas

Diharapkan dapat menjadi pedoman untuk dan menambah ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan di fakultas ekonomi, khususnya bagi siswa jurusan manajemen.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat mengetahui sejauh mana pengaruh *knowledge combination capability* dan Inovasi produk terhadap Kinerja perusahaan di UKM pusat oleh-oleh makanan di Kota Payakumbuh, Kabupaten Lima puluh kota dan Kota Bukittinggi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta ruang lingkup dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN LITERATUR

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam menganalisis penelitian ini. Mencakup landasan teori, tinjauan penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan tentang desain penelitian, definisi operasional variabel penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan isi pokok dari penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian, analisis data, pembahasan sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian, dan implementasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

