

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era revolusi industri menuju 5.0 ini telah berkembang berlipat ganda. Dengan adanya inovasi yang dilakukan terus menerus, teknologi informasi dan komunikasi menjadi salah satu tonggak sejarah pembangunan perekonomian negara. Pada era digitalisasi ini perkembangan teknologi ditandai dengan munculnya perusahaan rintisan (Start-up). Perusahaan rintisan di bagi menjadi 2 jenis yaitu, *E-commerce* dan *Financial technology*. *E-commerce* adalah suatu perusahaan yang menawarkan platform jual beli *online*, sedangkan *Fintech* berfokus pada perusahaan yang berinovasi di industri jasa keuangan dengan sentuhan teknologi modern. Teknologi Informasi dan Komunikasi dengan demikian membuka jalan bagi perubahan paradigma di sektor keuangan (Gai et al., 2018). Inovasi yang dilakukan terus menerus tentunya semakin menunjang aktivitas masyarakat dengan berbagai kemudahannya. Perkembangan teknologi dibidang keuangan ini dapat juga disebut *Financial technology*, yaitu teknologi inovasi keuangan, yang menyediakan produk, aplikasi, dan model bisnis baru, yang berdampak pada penyediaan layanan keuangan dan perkembangan industri keuangan, serta pasar persaingan dan prestise diantara penyedia layanan (Daragmeh et al., 2021a).

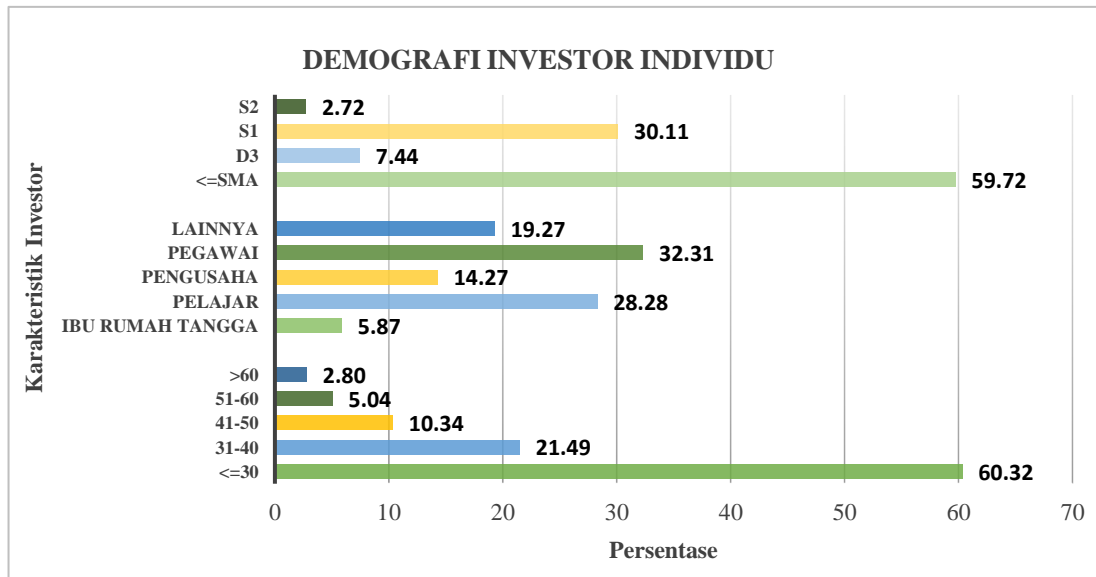
E-commerce dengan *Fintech* saling bersinergi satu sama lain, di mana *E-commerce* sebagai platform jual belinya, sementara adanya *Fintech* juga bertujuan untuk membantu proses dari jual beli tersebut agar dapat diterima oleh masyarakat luas. Dengan adanya *Fintech*, cara pembayaran menjadi mudah karena *Fintech* terus berupaya melakukan terobosan-terobosan baru guna melayani perusahaan pada umumnya, dan para individu, khususnya. Seiring berjalannya waktu, perusahaan *E-*

commerce mulai berinovasi dan merambahkan bisnisnya dalam hal pengelolaan keuangan, yaitu investasi. Pada era digitalisasi saat ini tentu investasi bukanlah kata yang asing. Menurut Ekananda (2018) dibukunya yang berjudul Manajemen Investasi, investasi merupakan sebuah tindakan untuk menunda penggunaan dana untuk aktivitas konsumsi pada saat ini, ke masa yang akan datang seperti menempatkan pendapatan yang diperoleh ke dalam tabungan dengan harapan memperoleh hasil yang lebih banyak. Banyak cara agar kita mendapatkan banyak uang, yaitu dengan menginvestasikan dana yang kita miliki ke dalam bentuk obligasi, saham, reksa dana, emas, properti ataupun juga memulai bisnis sendiri yang tentunya terdapat kekurangan dan keunggulan dari masing-masing, namun tujuannya adalah sama yaitu menempatkan sebagian dana agar dapat tingkat keuntungan yang lebih besar. Investor juga memiliki beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan guna mendapatkan tempat yang tepat untuk menginvestasikan dananya. Seperti faktor keamanan, tingkat keuntungan, pertimbangan usia, kondisi hidup, apresiasi modal dan tingkat kesejahteraan keluarga adalah beberapa faktor yang mempengaruhi individu untuk berinvestasi.

Investasi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan jumlah investor yang sangat pesat. Diketahui berdasarkan data yang dikeluarkan KSEI (Kustodian Sentral Efek Indonesia) pada November 2022, investor pasar modal Indonesia telah mencapai lebih dari 10 juta investor. Pada tahun 2021 tercatat pada data KSEI investasi meningkat sangat tajam yaitu sebesar 92,99% dari tahun sebelumnya yang berjumlah 3.880.753 menjadi 7.489.337 investor, kemudian pada akhir tahun 2022 diketahui investasi telah mencapai 10 juta investor. Pembatasan mobilisasi masyarakat Indonesia pada saat pandemi Covid-19 pada tahun 2020 sampai pertengahan 2022 disebut oleh Direktur Utama KSEI Urip Budhi Prasetyo dan Direktur Utama Bursa Efek Indonesia Inarno Djajadi sebagai pemicu peningkatan jumlah investor. Menurut Direktur Riset dan Investasi Pilarmas Investindo Sekuritas Maximilianus Nico Demus, jumlah investor meningkat akibat pandemi Covid-19 karena masyarakat lebih menekan/menunda keinginan konsumsi

yang berefek pada meningkatnya peredaran uang. Akibatnya tabungan meningkat dan meningkatkan keputusan berinvestasi (Muchlis, 2021).

Masyarakat lebih banyak berinteraksi menggunakan telepon pintar serta berkomunikasi melalui media sosial pada kegiatan sehari-hari juga menyebabkan peningkatan tajam aktivitas penggunaan media sosial. Karena kondisi ini perusahaan sekuritas memanfaatkan media sosial untuk menghimpun investor melalui iklan-iklan yang dibawakan oleh *Influencer Social Media*. Kemudian perusahaan sekuritas serta start-up fintech berlomba-lomba menciptakan aplikasi yang memudahkan masyarakat untuk berinvestasi hanya melalui telepon pintar (Budiarmo & Pristy, 2021).

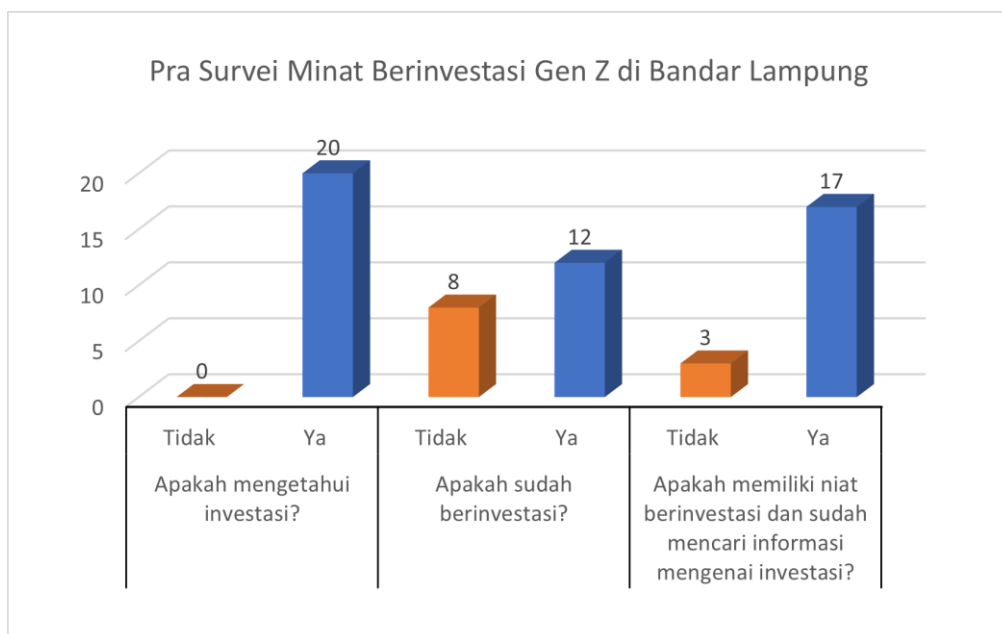


Gambar 1. 1 Grafik Demografi Investor Individu

Sumber: KSEI.com

Berdasarkan data Statistik Pasar Modal Indonesia pada Tahun 2022 yang dikeluarkan oleh KSEI didapatkan hasil demografi investor individu yang mengacu pada karakteristik diantaranya usia, tingkat pendidikan dan status pekerjaan. Pada data tersebut menunjukkan bahwa persentase yang signifikan dari investor yang berusia kurang dari 30 tahun sebanyak 60,32%, tingkat Pendidikan dibawah SMA 59,72% dan status pekerjaan sebagai pegawai 32,31% dan pelajar 28,28%.

Menurut Verdi Ikhwan Kepala Divisi Riset BEI, Tingginya persentase investor muda dibawah usia 30 tahun mencerminkan partisipasi yang signifikan dari generasi muda dalam pasar investasi. Tingkat pendidikan lulusan SMA atau seterusnya data didapat dari penggunaan ijazah terakhir, oleh karena itu tidak menutup kemungkinan bahwa beberapa para lulusan SMA tersebut saat ini sedang melanjutkan pendidikan sarjananya. Hal ini membuktikan bahwa investor dengan tingkat pendidikan terakhir SMA sudah mulai melirik pasar modal sebagai salah satu alternatif investasi. Data KSEI juga menjelaskan bahwa investor telah didominasi oleh investor gen z dan milenial sebanyak 60,32%. Oleh sebab itu penulis juga menggunakan generasi Z sebagai obyek penelitian ini untuk membuktikan apakah generasi Z memang sudah banyak mengetahui mengenai investasi. Presurvey 20 responden generasi Z dilingkungan penulis dilakukan untuk mengetahui apakah mereka telah berinvestasi atau memiliki niat investasi.



Gambar 1. 2 Grafik Prasurvei Minat Berinvestasi gen Z di Bandar Lampung

Berdasarkan grafik presurvei diatas dapat disimpulkan bahwa 20 responden generasi Z telah mengetahui tentang investasi. Sebagian bahkan sudah berinvestasi di berbagai macam jenis investasi baik saham, emas, reksadana, krypto dan jenis investasi lainnya. Bahkan 17 responden telah memiliki niat berinvestasi dengan mencari-cari informasi mengenai apa itu investasi, tatacara, bentuk dan jenis investasi yang akan mereka lakukan sesuai dengan profil risiko mereka. Dari data presurvei tersebut dibuktikan bahwa investasi bukanlah hal yang asing. Ditambah dengan maraknya edukasi literasi keuangan melalui media informasi menambah wawasan para generasi Z untuk lebih pintar serta bijaksana dalam mengelola keuangan.

Menjadi seorang investor pada saat ini menjadi lebih mudah dengan adanya aplikasi investasi yang memungkinkan individu untuk mulai berinvestasi hanya dengan beberapa klik di ponsel mereka. Aplikasi investasi online pada saat ini berkembang pesat dan bermacam-macam jenisnya. Salah satu aplikasi online investasi yang memiliki pengguna terbanyak adalah aplikasi BIBIT yang dikeluarkan oleh PT. Bibit

Tumbuh Bersama. Berdasarkan data KSEI saat ini aplikasi BIBIT menjadi rumah bagi ±4,6 Juta Investor khususnya para investor Reksadana. Reksadana sendiri menjadi jenis investasi terbanyak yang diminati investor dibandingkan Saham dan SBN (Surat Berharga Negara) yaitu sebanyak ± 9.3 Juta Investor per tanggal 3 November 2022. Tentunya angka tersebut telah meningkat dibandingkan investor reksadana pada tahun sebelumnya 2021 yaitu meningkat 36,04% dari 6,8 juta investor menjadi 9,3juta investor reksadana (Fatihmarahma, 2023) . Dan seiring dengan semakin besarnya industri ini, semakin penting untuk menentukan faktor penentu mengapa kaum muda mulai berinvestasi dengan aplikasi telepon seluler mereka. E-commerce Shopee menjadi salah satu fintech yang juga berafiliasi dengan PT.Bibit untuk meluncurkan fitur keuangan reksadana. Dimana PT. Bibit menjadi agen penjual reksadana. Fitur keuangan shopee menampilkan pilihan penjualan reksadana dari berbagai jenis reksadana dengan akses yang mudah dan cara pembayaran yang mudah pula. Setelah pembukaan rekening yang dimudahkan, fintech mulai menggabungkan pendukung aplikasi investasi online dengan pembayaran seluler atau *Mobile Payments*.

Mobile payments atau Pembayaran seluler didefinisikan sebagai instrumen pembayaran elektronik yang mentransfer dana antara pembayar dan penerima pembayaran menggunakan perangkat seluler (Karthikeyan, 2012 dalam Daragmeh et al., 2021). *Mobile payments* menurut Amorso dan Watanabe (2012) dikategorikan sebagai dompet elektronik, dimana mencakup transaksi non-tunai tanpa menggunakan kartu dan hanya diperbolehkan menggunakan perangkat elektronik. *Mobile payments* merupakan bagian dari *Digital Payments System*. Kontak langsung dan tunai tidak lagi diperlukan untuk melakukan transaksi dan nilai tukar, hal ini telah mengubah cara pelanggan dan pedagang bertransaksi. Transaksi yang dilakukan menjadi lebih sederhana, mudah dan cepat. Karena perkembangan tren menuju pembayaran tanpa uang tunai, bank komersial juga menyediakan data terperinci mengenai perilaku pelanggan (Koenigstorfer dan Thalmann, 2020).

Seiring dengan perkembangan *Fintech* dan penggunaan *Mobile payments*, menunjukkan bahwa investasi zaman dahulu dengan zaman sekarang sangatlah berbeda. Sebelum *fintech* dan *mobile payments* di temukan, masyarakat yang akan berinvestasi perlu mendatangi sekuritas dan masih menggunakan papan manual serta kertas untuk bertransaksi. Kemudian transaksi yang dilakukan pun harus dengan *face to face* di lantai Bursa Efek Indonesia (BEI). Karena tempat untuk melakukan perdagangan masih sangat terbatas, masyarakat atau calon investor yang akan berinvestasi harus menelfon *sales/broker* terlebih dahulu untuk membeli saham atau jenis investasi lainnya yang diinginkan. Karena inovasi yang dilakukan terus menerus ini diikuti juga oleh sekuritas sekuritas yang ada di Indonesia dan saat ini sudah mengikuti perkembangan zaman dengan mengeluarkan aplikasi khusus investasi.

Potensi niat konsumen untuk berinvestasi bergantung pada sikap konsumen. Sikap konsumen dan niat untuk menggunakan layanan investasi mobile serta pembayaran monile harus berhubungan positif signifikan. Ketika konsumen merasa positif, mereka percaya bahwa menggunakan layanan untuk berinvestasi adalah pengalaman positif serta mereka lebih bersedia untuk menggunakannya. Sondari dan Sudarsono (2015) mengidentifikasi faktor apasaja yang mempengaruhi PNS di Indonesia untuk berinvestasi pada investasi umum/tradisional. Mereka mengidentifikasi perilaku menggunakan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dan menemukan bahwa norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap niat masyarakat untuk berinvestasi di Indonesia. Niat berperilaku relatif lebih tinggi ketika individu memiliki sikap yang lebih positif terhadap penggunaan teknologi baru (Huddin & Masitoh, 2021). Ejigu & Filatie, (2020) mengeksplorasi variabel niat investasi pada perusahaan mikro dan kecil di kalangan mahasiswa bisnis dalam studinya. Menurut temuan penelitiannya, literasi keuangan, kontrol perilaku yang dirasakan, pengembalian yang diproyeksikan, sikap, kepercayaan yang dirasakan, dan risiko yang dirasakan merupakan prediktor signifikan dari kecenderungan siswa untuk terlibat dalam usaha mikro dan kecil. Yang et al (2021) menambahkan bahwa toleransi risiko, kecenderungan menggiring, dan sosial kontak memiliki efek

menguntungkan yang signifikan terhadap niat investasi pasar saham. Selain faktor niat perilaku berinvestasi, tentunya konsumen dipengaruhi faktor-faktor lainnya, seperti norma subjektif, persepsi kemudahan penggunaan, serta persepsi manfaat.

Norma subjektif adalah indikator yang penting dari niat perilaku dalam Theory of Reason Action (TRA) dan Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzen & Fishbein, 1972) dan (Ajzen, 1991). Dalam konteks penggunaan aplikasi, norma subjektif dapat didefinisikan sebagai sejauh mana individu dipengaruhi oleh lingkungan sosial mereka (keluarga, teman, ahli, selebriti) untuk melihat aplikasi investasi dan *mobile payments* diinginkan lebih jauh (Flavianus et al., 2020 dalam (Daragmeh et al., 2021b). Pada penelitian yang dilakukan oleh Awn & Azam (2020), mengungkapkan bahwa sikap dan norma subjektif memiliki hubungan positif yang substansial dengan keinginan untuk berinvestasi di Obligasi. Karena norma subjektif, atau persepsi orang lain yang penting bagi seorang individu dianggap penting dalam pengambilan keputusan. Norma subjektif merujuk pada hasil persepsi seseorang terhadap perilaku tertentu yang dipengaruhi oleh penilaian atau persepsi orang lain yang dianggap penting oleh individu tersebut (Amjad dan Wood, 2009 dan Arshad, 2018). Namun, pernyataan ini dibantah oleh (Ekowati et al., 2021) yang menemukan bahwa tidak adanya keyakinan normatif serta kurangnya motivasi dalam mengikuti pendapat orang lain sebagai penentu norma subjektif. Norma subjektif pada mahasiswa tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi saham karena mahasiswa kurang menganggap penting pandangan terhadap kepercayaan orang lain. Ketika calon investor memiliki pemikiran negatif terhadap pandangan orang lain dalam berinvestasi, tidak menutup kemungkinan terdapat permasalahan dalam investasi itu sendiri.

Persepsi kemudahan penggunaan dalam penggunaan sebuah teknologi akan mempengaruhi perilaku investor. Niat pembelian saham meningkat ketika teknologi mudah digunakan. Persepsi kemudahan penggunaan adalah sebuah usaha minimal karena mudah dipelajari, dipahami, ringkas dan mudah dioperasikan (Hartono, 2013

dalam (Setyanta & Kadi, 2020). Selain itu, menurut beberapa penelitian dengan berbagai latar belakang permasalahan, kemudahan penggunaan aplikasi investasi dan *Mobile payments* akan mendorong perusahaan – perusahaan untuk mencoba meningkatkan penggunaan teknologi tersebut sehingga menaikkan angka pengguna dan frekuensi pengguna. Pengoperasian teknologi yang ringkas akan meningkatkan keinginan untuk menggunakan *mobile banking* (Raza, 2017) dan kemudahan dalam mengunjungi laman *E-commerce* meningkatkan keinginan untuk membeli kembali (Wilson, 2019) dalam (Setyanta & Kadi, 2020) . Menurut Setyanta & Kadi, 2020, terdapat pengaruh positif signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan teknologi dalam meningkatkan niat untuk membeli saham pada Generasi Y. Namun, penelitian lain seperti Ichwan & Kasri, 2019 secara negatif signifikan mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan pada niat berinvestasi pada P2P Lending karena sebagian besar responden tidak mengetahui dan bahkan tidak ada satupun yang pernah menggunakannya. Hal ini menimbulkan kecemasan dan keraguan dari responden apakah P2P lending mudah digunakan sehingga berdampak negatif terhadap minat mereka untuk berinvestasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lu dan Su (2009) dan Islam, Kim Cheng Low, dan Hasan (2013), yang menyatakan bahwa adanya tingkat kecemasan yang tinggi di antara investor pemula akan berpengaruh negatif pada niat mereka untuk berinvestasi dalam *fintech* baru tersebut. Pengaruh positif antara persepsi kemudahan penggunaan dan niat berperilaku tersebut akan muncul karena pertimbangan kemudahan penggunaan yang dianggap menguntungkan (Davis, 1993).

Persepsi Manfaat adalah keyakinan bahwa individu akan benar-benar siap menerima sebuah sistem jika dirasa bermanfaat dalam meningkatkan efisiensi kerja mereka dalam berinvestasi (Gu, Lee, & Suh, 2009 dalam (Haider et al., 2018)). Chandio et al. (2017) dan Sondari dan Sudarsono (2015) dalam penelitiannya, mengidentifikasi bahwa minat investasi dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel manfaat. Ichwan & Kasri, (2019) menyatakan bahwa, terdapat pengaruh positif signifikan antara persepsi responden tentang manfaat yang akan diperoleh melalui

pinjaman P2P dan niat mereka untuk berinvestasi didalamnya. Pernyataan ini sesuai dengan kondisi saat ini dimana seseorang akan sangat tertarik untuk menggunakan atau melakukan hal-hal baru yang memberikan manfaat tambahan bagi dirinya. Bashir dan Madhavaiah (2014) dalam (Ichwan & Kasri, 2019) yang melakukan penelitian di India menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh negatif signifikan mempengaruhi niat individu untuk berinvestasi di bidang keuangan. Hadirnya berbagai keunggulan produk baru secara signifikan akan meningkatkan minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan aplikasi berbasis *Fintech*. Semakin besar manfaat yang ditawarkan oleh produk baru, semakin tinggi minat dan ketertarikan, terlepas dari apakah produk diterbitkan oleh perbankan atau tidak

Penelitian ini difokuskan kepada Generasi Z di Bandar Lampung, yaitu masyarakat yang lahir pada tahun 1997 sampai tahun 2012. Generasi Z adalah generasi yang hidup di era teknologi, dimana di saat mereka lahir teknologi komunikasi dan informasi seperti internet sudah tersedia, generasi ini sangat bergantung pada internet sehingga mereka terbiasa menggunakan teknologi ini dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi internet mendukung aplikasi-aplikasi *financial technology*, salah satunya seperti aplikasi investasi dari Shopee dan *Mobile payments* yang merupakan pembayaran berbasis seluler atau menggunakan perangkat telepon seluler. Layanan investasi online dan pembayaran seluler telah membawa banyak kemudahan bagi kehidupan sehari-hari. Saat ini siapapun dapat melakukan transaksi keuangan tanpa terikat oleh batasan waktu, geografis, jarak maupun keamanan. Semakin mudah melakukan transaksi menggunakan teknologi *smartphone* di, berharap dapat mendorong masyarakat untuk mampu berperan menciptakan kontribusi yang positif dan berguna bagi lingkungannya (Rahim Amihsa et al., 2020). Sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah Generasi Z yang berumur antara 20-25 tahun yaitu orang yang lahir pada tahun 1997-2002. Pengetahuan Generasi Z tentang *financial technology* meliputi penggunaan dan manfaat *financial technology* sebagai teknologi keuangan digital. Teknologi keuangan digital lebih nyaman, hemat biaya, dan memiliki banyak keunggulan dalam berbagai promosi. Generasi Z positif

terhadap *Fintech* dan tertarik untuk terus menggunakan layanan *Fintech* untuk kebutuhan finansial mereka (Faddila et al., 2022).

Berdasarkan uraian fenomena serta *research gap* diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian terhadap faktor persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan norma subjektif terhadap niat berinvestasi dengan penggunaan *Mobile payments* dalam penelitian yang berjudul “**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BERINVESTASI REKSA DANA MELALUI APLIKASI SHOPEE MENGGUNAKAN MOBILE PAYMENTS PADA GENERASI Z DI BANDAR LAMPUNG**”.

1.2 Perumusan Masalah

- 1.2.1 Apakah norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi reksa dana menggunakan *Mobile payments* pada Generasi Z di Bandar Lampung?
- 1.2.2 Apakah persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi reksa dana menggunakan *Mobile payments* pada Generasi Z di Bandar Lampung?
- 1.2.3 Apakah persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi reksa dana menggunakan *Mobile payments* pada Generasi Z di Bandar Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek penelitian ini adalah Niat berinvestasi, Norma Subjektif, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat pada Generasi Z di Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah Generasi Z di Bandar Lampung.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian

Ruang lingkup tempat penelitian ini adalah Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu Penelitian

Rentang waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan pada kebutuhan penelitian dari bulan Oktober 2022 sampai dengan bulan Agustus 2023.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian adalah ilmu manajemen keuangan.

1.4 Tujuan Penelitian

- 1.4.1 Untuk menguji dan menganalisis pengaruh norma subjektif terhadap niat berinvestasi reksa dana menggunakan *Mobile payments* pada Generasi Z di Bandar Lampung.
- 1.4.2 Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat berinvestasi reksa dana menggunakan *Mobile payments* pada Generasi Z di Bandar Lampung.
- 1.4.3 Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap niat berinvestasi reksa dana menggunakan *Mobile payments* pada Generasi Z di Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang khususnya tertarik dengan penggunaan *Mobile payments*, sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa informasi pendukung bagi para akademisi di bidang keuangan sebagai bahan acuan, alat bantu atau sebagai alat perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

1.5.2 Manfaat bagi Masyarakat dan Generasi Z

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan pembaca dan menambah wawasan pembaca mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat berinvestasi Generasi Z dalam penggunaan *Mobile payments*.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam penulisan bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam penulisan bab ini berisi penjelasan tentang teori-teori yang berhubungan dengan topik penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, menentukan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan dan serta metode analisis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai deskripsi data (deskripsi objek penelitian, deskripsi variabel penelitian), hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab penutup dimana penulis akan mengemukakan kesimpulan dari permasalahan yang telah dibahas penulis kemudian memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini berisi daftar buku-buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian orang lain, dan bahan-bahan lain yang dijadikan sebagai referensi dalam pembahasan tesis.

LAMPIRAN

Bagian ini berisi data yang dapat mendukung atau memperjelas pembahasan atau uraian yang dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya. Data tersebut dapat berupa gambar, table, formulir ataupun flowchart.