

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan teknologi membawa perubahan pada dunia bisnis, seperti bisnis kuliner, salah satunya adalah bisnis kedai kopi yang sekarang terkenal dengan *coffee shop*. Bisnis kuliner, terutama kafe, telah menjadi usaha yang sangat menjanjikan. Seiring dengan meningkatnya pendapatan masyarakat, gaya hidup yang menghabiskan banyak waktu makan di luar rumah pun semakin populer, mendorong pertumbuhan industri kuliner. Fenomena menjamurnya *coffee shop* di Indonesia menandakan tren yang sedang booming dalam beberapa waktu terakhir. Tren ini terlihat dari peningkatan signifikan jumlah *coffee shop* yang bermunculan di berbagai negara (Priwanti, 2022).

Coffee shop merupakan tempat yang populer untuk menikmati secangkir kopi sembari berinteraksi sosial. Masyarakat sering memanfaatkan suasana yang nyaman di *coffee shop* untuk bersantai, bertemu teman, atau bahkan bekerja. Tempat ini tidak hanya menawarkan kopi berkualitas, tetapi juga lingkungan yang mendukung interaksi dan koneksi antar pengunjung. Fore Coffee, sebagai contoh, adalah sebuah *start-up* kopi retail yang berdiri pada tahun 2018. Hingga saat ini, Fore Coffee telah memiliki 144 gerai di seluruh Indonesia. Pertumbuhan yang pesat, Fore Coffee memiliki banyak

karyawan yang bekerja di berbagai bidang, seperti operasional lapangan (barista) dan IT.

Fore Coffee juga turut berperan dalam mengenalkan kopi yang memberikan dampak positif terhadap perekonomian Indonesia. Peneliti memilih Fore Coffee sebagai objek penelitian karena kafe ini sedang populer di kalangan remaja maupun dewasa. Selain menawarkan harga yang terjangkau, Fore Coffee dikenal dengan kualitas kopi yang terbaik dan inovasi berkelanjutan pada setiap produknya, yang membuat para pelanggan tetap antusias dan tidak bosan dengan produk-produk yang ditawarkan. Strategi pemilihan pemasok yang tepat menjadi salah satu kunci utama untuk mencapai kualitas produk tinggi dengan mutu yang terjamin (Winarso et al., 2021).

Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat bergantung pada keberhasilannya dalam mengelola sumber daya manusia (Faeni et al., 2025). SDM memegang peranan penting dalam mewujudkan visi, misi, dan tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. (Faeni et al., 2022). Selain itu, pengelolaan SDM yang efektif dapat menentukan pencapaian perusahaan secara nyata dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. (Faeni, et al., 2025). Sumber Daya Manusia (SDM) dapat didefinisikan sebagai ilmu dan seni yang mengelola hubungan serta peran tenaga kerja untuk mencapai tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat dengan cara yang efektif dan efisien. SDM adalah aset yang sangat penting bagi perusahaan, karena peran dan fungsinya tidak dapat digantikan oleh sumber daya lain, termasuk teknologi modern.

SDM yang berkualitas akan mampu menjalankan berbagai aktivitas perusahaan dengan lebih optimal dan mengurangi risiko kerugian. (Faeni, 2024).

Salah satu aspek yang menunjang keberhasilan atau kinerja suatu perusahaan adalah kinerja karyawan. Kinerja adalah hasil yang dicapai oleh seseorang dalam pekerjaannya, yang mencerminkan kualitas dan kuantitas dari usaha yang telah dilakukan. Kinerja ini mencakup berbagai aspek, mulai dari efisiensi kerja, kemampuan untuk memenuhi target, hingga kepuasan pelanggan atau stakeholder lainnya. (Faeni, 2024). Kinerja dapat berfungsi sebagai alat ukur untuk menilai sejauh mana kualitas dan kuantitas hasil kerja yang telah dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Penilaian kinerja ini penting untuk memahami efisiensi dan efektivitas kerja karyawan, serta untuk menentukan area-area yang memerlukan peningkatan atau pengembangan lebih lanjut. Kinerja karyawan yang baik akan menghasilkan peningkatan dan pengembangan perusahaan (Adnyana & Bahri, 2020).

Dalam bisnis kuliner, kepuasan konsumen harus selalu menjadi prioritas utama. Kepuasan konsumen pada dasarnya adalah kondisi psikologis di mana harapan konsumen terhadap suatu produk atau layanan terpenuhi (Hendayana & Sari, 2021). Kepuasan konsumen yang tinggi dapat meningkatkan penjualan dan membantu bisnis tumbuh dan sukses. Sebaliknya, kurangnya kepuasan konsumen dapat menyebabkan kegagalan usaha. Fore Coffee di Taman Galaxy selalu berinovasi dalam setiap produknya, terutama minuman kopi, untuk memastikan konsumen tidak merasa bosan dan selalu puas dengan pembelian mereka. Kepuasan konsumen adalah ukuran evaluasi

yang membandingkan ekspektasi sebelum pembelian dengan pengalaman setelah pembelian. (Marcheleven, 2020).

Pengelolaan pengetahuan saat ini memiliki dampak besar terhadap kinerja karyawan. Proses *Knowledge Management* yang komprehensif, dipadukan dengan pengalaman kerja dan pengetahuan, dapat meningkatkan kualitas karyawan dalam menjalankan tugas yang diberikan secara efektif (Nuridha, 2022). Karyawan yang mengikuti pelatihan secara rutin akan mampu berinovasi dengan cepat dan tepat sehingga memberikan dampak positif pada peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Hendayana et al., 2024).

Manajemen pengetahuan (*Knowledge Management*) Proses yang mencakup pembuatan, komunikasi, dan penerapan pengetahuan dalam perusahaan bertujuan untuk menciptakan nilai bisnis. Hal ini dilakukan dengan cara meningkatkan pembelajaran, kinerja karyawan, serta kinerja organisasi secara keseluruhan. (Amri et al., 2022). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa manajemen pengetahuan memiliki prinsip yang penting dalam mempersiapkan perusahaan untuk sukses dalam era ekonomi digital. Dengan pengelolaan pengetahuan yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan kemampuan adaptasi, inovasi, dan kinerja karyawan, sehingga lebih siap menghadapi tantangan dan peluang yang muncul di era digital ini (Auliana & Achmad, 2023).

Semakin tinggi penerapan manajemen pengetahuan (*knowledge management*), semakin meningkat pula kinerja pegawai. Sebaliknya, rendahnya penerapan manajemen pengetahuan dapat berdampak negatif dan menurunkan kinerja pegawai.

Pengelolaan pengetahuan yang efektif membantu karyawan menjalankan tugas mereka dengan lebih baik, meningkatkan produktivitas, dan mendorong inovasi dalam perusahaan. (Catur Widayati et al., 2022). Manajemen pengetahuan seorang karyawan harus memperoleh, menangkap, berbagi, dan menggunakan pengetahuan untuk meningkatkan keahlian dan kinerja di perusahaan. Manajemen pengetahuan adalah elemen krusial dalam mengembangkan kinerja karyawan di sebuah perusahaan. Namun, efektivitas manajemen pengetahuan dalam meningkatkan kinerja pegawai sangat bergantung pada proses pengembangan yang bertujuan untuk melatih keterampilan. Proses ini membantu menciptakan kualitas yang kompetitif di kalangan karyawan, sehingga perusahaan dapat bersaing lebih baik di pasar. (Chandra & Hadiyanti, 2020).

Knowledge Management dapat mendorong para karyawan pada PT. Fore Coffee untuk melakukan sosialisasi dalam mengembangkan inovasi baru sehingga dapat terciptanya suatu keterampilan pada para karyawan untuk menciptakan menu-menu baru yang lebih berinovasi (Pinasti, 2022). Terkait pengembangan perusahaan maka dibutuhkan juga keberadaan *social capital*. *Social capital* menggambarkan aspek-aspek dalam struktur sosial yang mencakup jaringan hubungan, norma, dan kepercayaan yang memfasilitasi koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan bersama (Winarso et al., 2022). Konsep ini memperluas pandangan yang diterima sebelumnya tentang model teori manusia dengan menambahkan elemen-elemen sosial yang berpengaruh besar terhadap keberhasilan dan kesejahteraan individu serta masyarakat. (Alshurafat et al., 2021). *Social capital* Didefinisikan sebagai sumber daya yang dapat

diakses oleh individu dan kelompok melalui keanggotaan dalam jaringan sosial. (Amalia et al., 2022). Ada empat proposisi dalam pengembangan teori yang mendukung pendekatan teoritis *social capital* dalam hubungan masyarakat. Pertama, sebagai fungsi manajemen utama, para profesional memiliki keahlian yang tepat untuk mengelola sumber daya tidak berwujud seperti *social capital*. Kedua, secara struktural, mereka berada pada posisi unik di dalam jaringan. Ketiga, interaksi relasional mengarah pada perolehan sumber daya yang berbeda. Keempat, mereka mengambil tindakan strategis yang bertujuan untuk memelihara *social capital* dan memanfaatkannya demi mencapai tujuan organisasi. (Al-Omoush et al., 2020).

Absorptive Capacity dari kualitas SDM ini yaitu bagaimana cara karyawan mengimplementasikan ide-ide kreatif yang dapat membuat peningkatan dalam kinerja perusahaan (Anindityo, 2021). Maraknya bisnis kedai kopi membuat para pembisnis menjadi lebih kreatif dengan membuat inovasi-inovasi baru seperti pengemasan kopi, varian kopi dan promosi produk yang menarik konsumen, agar mampu memenangi persaingan usaha seperti halnya dibawah ini:

Tabel 1. 1 Inovasi dan Promosi PT. Fore

Aspek	Deskripsi	Manfaat
1. Inovasi	Inovasi yang dilakukan Fore Coffe ini terdapat pada menu-menunya, yang tadinya hanya menu <i>basic</i> , lalu sekarang setelah melakukan inovasi Fore sendiri mengembangkan menu-menunya menjadi beragam seperti contohnya: 1. Americano yang tadinya hanya <i>coffe</i> dengan air biasa setelah dikembangkan menjadi <i>Triple Peach Americano</i> ,	Dengan adanya menu-menu yang bervariasi Fore akan menjadi <i>cafe</i> yang lebih unggul dari <i>cafe-cafe</i> lainnya.

Aspek	Deskripsi	Manfaat
	<i>Manuka Americano</i> dan <i>Berry Manuka Americano</i> . 2. <i>Café latte</i> yang tadinya hanya <i>coffee</i> dengan susu setelah dikembangkan, menjadi beberapa menu yang <i>best seller</i> di Fore sendiri seperti <i>Aren Latte</i> , <i>Caramel Macchiato</i> dan <i>Pandan Latte</i> .	
2. Promosi	Fore Sendiri mempunyai promo-promo yang berbeda disetiap harinya, dari senin sampai minggu, berikut promonya: Senin: Diskon 15% Selasa: Diskon 15% Rabu: Diskon 30% Kamis: Diskon 30% Jumat: Diskon 20% Sabtu: <i>Free Upsize</i> Minggu: <i>Free Upsize</i>	Dengan adanya promo yang berbeda disetiap harinya, akan lebih menarik minat <i>customer</i> untuk membeli produk Fore disetiap harinya.

Sumber: Data Sekunder, 2024.

Sosial Capital juga merupakan aspek yang dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja karyawan karena *social capital* dapat mendorong karyawan untuk berkembang dan bersaing dengan karyawan lainnya (Anwar, 2021). Kondisi ini mendorong PT. Fore Coffee untuk lebih kreatif dalam meningkatkan target pasarnya dengan cara berkolaborasi dengan para *influencer* terkenal (Safii & Anom, 2021). Sejak tahun ke tahun, bahkan hingga saat ini, Fore Coffee terus berkembang dan menerapkan aspek *Sosial Capital* ini dengan cara berkolaborasi dengan beberapa *influencer* terkenal contohnya ada Vidi Aldiano, Amanda Rawles, bahkan sampai dengan Cinta Laura dan masih banyak *influencer* lainnya.

Tabel 1. 2 Kolaborasi PT. Fore dengan Para *Influencer*

No.	Nama <i>influencer</i> yang berkolaborasi	Tahun kolaborasi	Produk Hasil Kolaborasi
1.	Tantri Namirah	2021	<i>Plant Based Series</i> 1. Nutty Oat Latte 2. Pandan Coconut Latte
2.	Tyna Dwi Jayanti	2021	<i>Manuka Honey Series</i> 1. Caramel Manuka Macchiato 2. Tropical Manuka Hibiscus
3.	Titan Tyra	2021	<i>Almond Cocoa Series</i> 1. Caramel Almond Milk With Mocha 2. Granola Almond Milk Cocoa
4.	Amanda Rawless	2022	<i>The Goodness Of Oats</i> 1. Royal Jujube Oatmilk 2. Golden Ube Oatmilk
5.	Vidi Aldiano	2022-2023	<i>The Classic Treasure</i> 1. Butterscotch Sea Salt Latte 2. Tiramisu Latte
6.	Cinta Laura	2023-2024	<i>Butter Cream Temptation</i> 1. Buttercream Latte 2. Light Buttercream Latte

Sumber: Data Sekunder, 2024.

Absorptive capacity telah dianalisis dan diusulkan sebagai faktor strategis dalam menghasilkan keunggulan kompetitif di perusahaan (Afifah & Cahyono, 2020). Dari gagasan bahwa keunggulan kompetitif tidak lagi mengandalkan pengetahuan internal melainkan berasal dari pengetahuan eksternal, menjadi dasar *absorptive capacity*, dimana proses pembelajaran diarahkan untuk mengeksplorasi dan mengeksploitasi pengetahuan eksternal (Aribowo, 2024). *Absorptive Capacity* membantu perusahaan dalam meningkatkan dan memetakan arah usaha bisnis baru, termasuk proaktif, inovasi, dan pembaruan diri strategis tetap menjadi peran kunci dalam keputusan strategis (Al-Hanifah, 2020). *Absorptive capacity* dikatakan sebagai salah satu pendorong utama untuk meningkatkan kinerja organisasi

(Boy et al., 2023). Studi yang dilakukan oleh (Aviasti et al., 2022) menjelaskan bagaimana *absorptive capacity* mendorong struktur dan cara kerja baru yang dapat beradaptasi yang dapat menyediakan proses dan informasi baru di seluruh perusahaan, untuk mendorong kreativitas organisasi. Pada kondisi ini Fore Coffee Telah membuat aplikasinya sendiri sehingga memudahkan para karyawan untuk melihat data tingkat kepuasan customer terhadap suatu produk.

Teknologi informasi ialah suatu teknik yang melibatkan serangkaian proses yang berfokus pada pengumpulan, penyediaan, penyimpanan, pemrosesan, pengumuman, analisis, dan penyebaran informasi (Zakaria & Leiwakabessy, 2020). Dalam era modern, teknologi informasi lebih dari sekadar perangkat lunak dan perangkat keras, tetapi juga melibatkan infrastruktur jaringan yang kompleks untuk mendukung pertukaran data (Aristana, 2021). Kumpulan teknologi yang digunakan oleh sebuah organisasi untuk membuat, menangani, dan mendistribusikan informasi dalam berbagai format dikenal sebagai teknologi informasi. TI memainkan peran krusial dalam menyediakan dukungan bagi operasional perusahaan, memastikan bahwa kegiatan tersebut dapat terlaksana dengan efektif dan efisien (Harahap et al., 2023).

Peran teknologi informasi (TI) sangat krusial dalam mendukung perkembangan dan modernisasi semua sektor negara (Mansur et al., 2023). Keputusan strategis perusahaan yang penting dalam iklim bisnis saat ini, terutama di tengah gelombang disrupsi, adalah berinvestasi dalam TI dengan tujuan meningkatkan hasil perusahaan (Mansyur et al., 2022). TI Saat ini, teknologi informasi (TI) memiliki

peran yang sangat penting dalam mendukung operasional organisasi atau perusahaan, sehingga berbagai kegiatan dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Penggunaan TI memungkinkan organisasi untuk membawa inovasi ke dalam proses produksi atau penyediaan layanan dengan menerima, memanipulasi, dan mentransfer data digital secara efisien. Di sektor publik, teknologi informasi telah memotivasi pemerintah untuk menginvestasikan lebih banyak sumber daya untuk mendukung penggunaan internet dan layanan berbasis internet (Musfira et al., 2020).

Teknologi Informasi membantu *knowledge management* menjadi meningkat, sehingga para karyawan menjadi lebih cerdas dan mengerti dalam mengembangkan inovasi yang baru, sehingga Fore Coffee bisa lebih maju dibanding *cafe* lain (Vandela & Sugiarto, 2021). Selain itu dengan adanya teknologi informasi, para karyawan dapat terbantu dalam meningkatkan kinerja mereka, mempercepat proses kerja, dan mempermudah komunikasi di dalam organisasi. agar lebih mudah untuk mengembangkan sesuatu, dan membuat karyawan lebih berkembang dalam membuat hal baru (Shintia & Riduwan, 2021). Teknologi Informasi juga mendorong Fore Coffee untuk menciptakan aplikasinya sendiri yang Bernama “Fore Coffee” keunggulannya mempunyai aplikasi Fore adalah customer bisa langsung memesan lewat aplikasi tersebut, tidak usah susah payah untuk mengantri dan bisa dipesan kapan pun dan dimanapun (Sinaga et al., 2020).

Berdasarkan fenomena dan hal-hal di atas, dapat diajukan suatu penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Knowledge Management, Social Capital, Absorptive Capacity* Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Teknologi Informasi Pada PT. Fore Coffee Indonesia**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan dan permasalahan yang ada, beberapa pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Knowledge Management* terhadap Kinerja Karyawan dimediasi Teknologi Informasi pada PT. Fore Coffee?
2. Apakah terdapat pengaruh *Social Capital* terhadap Kinerja Karyawan dimediasi Teknologi Informasi pada PT. Fore Coffee?
3. Apakah terdapat pengaruh *Absorptive Capacity* terhadap Kinerja Karyawan dimediasi Teknologi Informasi pada PT. Fore Coffee?
4. Apakah pengaruh *Knowledge Management, Social Capital, Absorptive Capacity*, terhadap Kinerja Karyawan dimediasi Teknologi Informasi pada PT. Fore Coffee?
5. Apakah pengaruh *Knowledge Management, Social Capital, Absorptive Capacity*, terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Fore Coffee?

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Knowledge Management* terhadap Kinerja Karyawan dimediasi Teknologi Informasi pada PT. Fore Coffee?
2. Bagaimana pengaruh *Social Capital* terhadap Kinerja Karyawan dimediasi Teknologi Informasi pada PT. Fore Coffee?
3. Bagaimana pengaruh *Absorptive Capacity* terhadap Kinerja Karyawan dimediasi Teknologi Informasi pada PT. Fore Coffee?
4. Bagaimana pengaruh *Knowledge Management, Social Capital, Absorptive Capacity*, terhadap Kinerja Karyawan dimediasi Teknologi Informasi pada PT. Fore Coffee?
5. Bagaimana pengaruh *Knowledge Management, Social Capital, Absorptive Capacity*, terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Fore Coffee?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan yang telah diidentifikasi sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Kinerja Karyawan dimediasi Teknologi Informasi pada PT. Fore Coffee.
2. Mengidentifikasi Pengaruh *Social Capital* terhadap Kinerja Karyawan dimediasi Teknologi Informasi pada PT. Fore Coffee.
3. Mengidentifikasi Pengaruh *Absorptive Capacity* terhadap Kinerja Karyawan dimediasi Teknologi Informasi pada PT. Fore Coffee.

4. Mengidentifikasi Pengaruh *Knowledge Management*, *Social Capital*, *Absorptive Management* terhadap Kinerja Karyawan dimediasi Teknologi Informasi pada PT. Fore Coffee.
5. Mengidentifikasi Pengaruh *Knowledge Management*, *Social Capital*, *Absorptive Management* terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Fore Coffee.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat, antara lain sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Akademis

Manfaat penelitian ini bagi dunia akademis adalah Dapat menjadi referensi bagi peneliti yang tertarik untuk mengkaji permasalahan terkait dengan *Knowledge Management*, *Social Capital*, *Absorptive Capacity* terhadap Kinerja Karyawan dimediasi oleh Teknologi Informasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi peneliti di masa depan.

1.5.2 Manfaat yang Dapat Diterapkan Secara Langsung

1. Bagi Perusahaan

Melalui penelitian ini diharapkan agar PT. Fore Coffee dapat mengedepankan *Knowledge Management*, *Social Capital* dan *Absorptive Capacity* untuk

memberikan kinerja yang optimal bagi karyawan masa depan. Dan lebih bermanfaat bagi para customer.

1.6 Batasan Masalah

Penelitian ini akan terbatas pada pengaruh *Knowledge Management*, *Social Capital*, *Absorptive Capacity* Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Teknologi Informasi pada PT. Fore Coffee di cabang Taman Galaxy, Bekasi. Penelitian ini hanya dilakukan di PT. Fore Coffee Taman Galaxy, Bekasi dengan jumlah responden 82 dari total populasi sebesar 102 karyawan dan tidak mencakup perusahaan lain, meskipun dapat berkontribusi pada pemahaman yang lebih luas.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memastikan bahwa penulisan penelitian ini berjalan lancar dan hasil yang dicapai dapat disampaikan dengan jelas, maka penulis menerapkan sistematika penulisan yang terstruktur. Sistematika penelitian ini disusun sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Latar belakang dari penelitian ini adalah untuk melihat variabel di PT. Fore Coffee. Fenomena yang terjadi, bahwa SDM di PT Fore Coffee perlu meningkatkan *Knowledge Management*, *Social Capital*

dan Absorptive Capacity agar meningkatkan kinerja karyawan pada Perusahaan tersebut.

Bab ini juga menjelaskan mengenai pendahuluan yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan tinjauan Pustaka yang mencakup teori-teori yang relevan dengan permasalahan penelitian. Beberapa aspek yang akan dibahas meliputi Kinerja Karyawan, *Knowledge Management*, *Social Capital* dan *Absorptive Capacity*.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai variabel-variabel yang diterapkan dalam penelitian ini beserta definisi operasional untuk setiap variabel, serta menjabarkan populasi dan sampel yang digunakan. Selain itu, bab ini juga menguraikan metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, serta teknik analisis yang diterapkan dalam proses pengolahan data. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan distribusi kuesioner secara online, dibagikan dengan 82 karyawan secara acak berdasarkan rumus slovin simple random sampling dari total populasi 102 karyawan. Uji validasi dan reliabilitas dari penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan *software Smart-PLS* versi 4.0.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menyajikan deskripsi mengenai hasil penelitian, analisis yang telah dilakukan, serta pembahasan terkait temuan-temuan yang diperoleh selama penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, keterbatasan yang dihadapi, dan memberikan saran yang dapat berguna untuk penelitian yang akan datang.

