



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2022), Desain penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Desain penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan memakai kuesioner sebagai alat atau instrument untuk mengumpulkan data pokok. Variabel independen merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variable dependen sedangkan variable dependen merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable independen (bebas).

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat atau objek penelitian ini dilakukan pada UMKM Tembilahan. Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini selama 3 bulan yaitu Maret sampai dengan Mei 2025 yang dimulai dari survei tempat penelitian, tahap pemrosesan perizinan, pelaksanaan penelitian dan tahap terakhir adalah proses pengolahan data.

3.3 Populasi Dan Sempel

Populasi menurut Sugiyono (2019) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakter tertentu yang tetap



kan oleh penelitian untuk diepelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populai yang digunakan untuk penelitian ini adalah seluruh UMKM diwilayah Tembilahan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut dan betul-betul harus representative. Dalam penelitian ini pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2022) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan mempertimbangkan kriteria antara lain:

1. UMKM yang masih aktif dan beroperasi Di Tembilahan.
2. UMKM Perindustrian dan Perdagangan Di Tembilahan
3. UMKM yang telah menjalankan usahanya minimal satu tahun
4. UMKM yang menggunakan *e-commerce* penjualan secara online baik dimedia sosial seperti WhatsApp, Fecebook, Instagram atau lainnya.

3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

3.4.1 Variabel Independen

3.4.1.1 *E-commerce* (X_1)

E-commerce adalah segala bentuk aktivitas perdagangan yang dijalankan secara elektronik melalui platform digital. *E-commerce* adalah tahap pembelian, penjualan, dan pertukaran produk, layanan, serta informasi melalui internet. . Menurut (Fitrah & Yuliati, 2023) dengan perkembangan tersebut, masyarakat ditantang untuk mengikuti perkembangan tersebut dengan memanfaatkan teknologi secara maksimal. *E-commerce* ialah tahapan membeli, menjual,



membeli, menjual, menukarkan produk, pelayanan, maupun informasi dengan Internet.

Menurut mengemukan (Pokhrel, 2024) menyatakan bahwa *e-commerce* terdiri dari empat indikator yaitu:

1. Efisiensi Biaya Pengeluaran

Biaya pengeluaran merupakan strategis perusahaan untuk memimalkan biaya. Biaya menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen Indonesia menggunakan *e-commerce*. Dalam beberapa kasus, semakin murah biaya teknologinya, maka semakin cepat pula teknologi tersebut digunakan dan diadaptasi dalam suatu organisasi.

2. Reputasi

Reputasi merupakan ukuran di mana sebuah *e-commerce* dapat membentuk keyakinan calon konsumen dan konsumen yang sudah ada, serta memengaruhi perilaku pembelian mereka.

3. Pemasaran

Pemasaran merupakan mekanisme di mana kegiatan pendistribusian untuk mempromosikan dan menjual produk barang atau jasa tertentu dari produsen ke konsumen. Tujuan pemasaran adalah merancang, mengevaluasi, mempromosikan, dan mendistribusikan produk dan 18 layanan untuk memenuhi kebutuhan pembeli yang sudah ada atau calon pembeli.

4. Kemudahan dalam Berbisnis Online

Kemudahan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi mudah diaplikasikan.



Untuk penelitian pengaruh e-commerce terhadap kinerja umkm Wulandari (2020) terdapat 5 pertanyaan maka responden diminta untuk menjawab bagaimana persepsi mereka diantara lima jawaban mulai dari sangat setuju sampai kejawaban tidak setuju. Masing-masing lima pertanyaan tersebut kemudian dikukur dengan menggunakan skala likert sebagai sekala pengukuran yaitu:

Tabel 3. 1 Skala Likert

No	Kode	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	KS	Kurang Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, 2025

3.4.1.2 Budaya Organisasi (X₂)

Menurut (Natsiruddin, 2023) Budaya organisasi adalah contoh dari keyakinan dan nilai organisasi, dan menjadi standar karena semua anggota dan berlatih dalam menjalankan tugasnya sebagai cara yang tepat untuk memahami, memikirkan dan merasakan masalah terkait, atau aturan organisasi

Menurut (Pokhrel, 2024) menyatakan bahwa budaya organisasi terdiri dari empat indikator yaitu:

1. Inovatif menghitung risiko ,budaya organisasi yang mengutamakan inovasi sekaligus memiliki kesadaran yang tinggi akan potensi risiko yang mungkin muncul akibat inovasi tersebut.
2. Berorientasi pada hasil yang akan dicapai, dengan budaya yang berorientasi pada hasil, perusahaan mengutamakan kinerja, kesuksesan, dan pencapaian tujuan



sebagai fokus utama.

3. Berorientasi pada semua kepentingan karyawan, mencerminkan dedikasi organisasi untuk memperhatikan dan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kesejahteraan karyawan secara keseluruhan. Organisasi dengan budaya seperti ini memahami pentingnya mencapai keseimbangan antara tujuan perusahaan dan kebutuhan karyawan.

4. Berorientasi detail pada tugas, mencerminkan penekanan organisasi pada pencapaian tujuan dan pelaksanaan pekerjaan dengan efisien.

Untuk penelitian pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja umkm (Prasetyo & Farida, 2022) terdapat 5 pertanyaan maka responden diminta untuk menjawab bagaimana persepsi mereka diantara lima jawaban mulai dari sangat setuju sampai kejawaban tidak setuju. Masing-masing lima pertanyaan tersebut kemudian dikukur dengan menggunakan skala likert sebagai sekala pengukuran yaitu:

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Kode	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	KS	Kurang Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, 2025

3.4.1.3 Literasi Keuangan (X₃)

Menurut (Aqila, 2024) hasil penelitian ini sejalan dengan teori atribusi, dimana literasi keuangan merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi



kinerja UMKM. Faktor eksternal yaitu bisa dari pelatihan yang dilakukan oleh lembaga terkait misalnya bisa dari dispering yang melakukan pelatihan mengenai pengelolaan keuangan. Literasi keuangan tidak hanya di dapat dari pendidikan saja akan tetapi bisa didapat dari yang lainnya, seperti pelatihan atau sosialisasi keuangan yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi.

Menurut (Ayu Susanti & Nida Laili, 2023) menyatakan bahwa indikator literasi keuangan sebagai berikut:

1. Pengetahuan

Pengetahuan keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengelola informasi ekonomi, membuat perencanaan keuangan dan mengambil keputusan yang tepat.

2. Perilaku

Pemikiran, pendapat, dan penilaian individu terhadap situasi keuangan mereka dapat membentuk keputusan yang mereka buat. Misalnya kebiasaan menabung, ketika individu memiliki gagasan, penilaian dan pendapat bahwa menabung bukanlah hal yang penting, maka hal ini akan terus membentuk kebiasaan/perilaku yang sulit untuk diubah.

3. Sikap

Sikap keuangan menunjukkan bahwa uang dapat memiliki banyak arti tergantung pada tingkat pemahaman dan kepribadian seseorang, termasuk uang sebagai bagian penting dari kehidupan, kehormatan, kualitas hidup, kebebasan dan bahkan sumber kejahatan. Banyak faktor yang mempengaruhi sikap finansial, antara pendidikan, status sosial finansial, sosial ekonomi dan keluarga.



Untuk penelitian literasi keuangan terhadap kinerja umkm (Al et al., 2024) terdapat 5 pertanyaan maka responden diminta untuk menjawab bagaimana persepsi mereka diantara lima jawaban mulai dari sangat setuju sampai kejawaban tidak setuju. Masing-masing lima pertanyaan tersebut kemudian diukur dengan diukur dengan menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran yaitu

Tabel 3. 3 Skala Likert

No	Kode	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	KS	Kurang Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, 2025

3.4.1 Variabel Dependen

3.4.2.1 Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut (Natsiruddin, 2023) kinerja UMKM adalah hasil dari pekerjaan yang direalisasikan sepenuhnya dan jika dibandingkan dengan hasil dari kerja, target, sasaran atau standar yang diprediksi dan disepakati dalam bisnis dengan aset nilai tambah dan pendapatan yang ditentukan oleh undang-undang.

Menurut (Pokhrel, 2024) menyatakan bahwa ada empat indikator kinerja umkm antara lain:

1. Peningkatan omset penjualan

Peningkata omsen penjualan adalah proses suatu bisnis termasuk umkm, berasil meningkatkan total pendapat yang diperoleh dari penjualan atau berhasil



meningkatkan total pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau layanan dalam satu periode tertentu.

2. Peningkatan financial (keuangan)

Merujuk pada upaya untuk memperbaiki dan memperkuat kondisi keuangan usaha agar lebih efisien, produktif dan mampu bertahan dalam jangka panjang.

3. Peningkatan pertumbuhan angkatan kerja

Upaya untuk meningkatkan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia dalam suatu sektor usaha serta meningkatkan kualitas tenaga kerja.

4. Pertumbuhan pasar yang luas

Peningkatan jumlah konsumen atau pelanggan yang tertarik dan membeli produk atau layanan yang ditawarkan.

Untuk penelitian kinerja umkm (Al et al., 2024)terdapat 5 pertanyaan maka responden diminta untuk menjawab bagaimana persepsi mereka diantara lima jawaban mulai dari sangat setuju sampai kejawaban tidak setuju. Masing-masing lima pertanyaan tersebut kemudian diukur dengan menggunakan skala likert sebagai sekala pengukuran yaitu :

Tabel 3. 4 Skala Likert

No	Kode	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	KS	Kurang Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono,2025

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun prosedur pengumpulan data yang peneliti lakukan dalam penelitian



lakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan data primer. Sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dengan menggunakan kuisisioner dan wawancara.

Kuisisioner dan wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyebaran kuisisioner dilakukan secara langsung dengan mengirimkan langsung ke UMKM yang sudah sesuai dengan kriteria dengan yang pertama UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Di Tembilahan, kedua UMKM yang telah menjalankan usahanya minimal satu tahun, ketiga UMKM yang menggunakan e-commerce, penjualan secara online baik di media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, atau yang lainnya. Dan yang terakhir UMKM yang masih aktif dan beroperasi Di Tembilahan. penyampelan dan juga dilakukan penyebaran secara online melalui google form. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut

Tabel 3. 5 Skala Likert

No	Kode	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	KS	Kurang Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono,2025

3.6 Analisis Data

Teknik analisis data ialah pengolahan data menjadi informasi yang mudah



dipahami untuk menjawab pertanyaan pada penelitian ini menggunakan angka dan perhitungan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Kuesioner yang kembali akan diperiksa terlebih dahulu untuk melihat kelengkapan pengisian kuesioner. Penelitian ini menggunakan software Statistical Package for Social Sciences (SPSS) dalam membantu mengolah data penelitian dan menganalisis data penelitian (Natsiruddin, 2023).

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan bagian dari statistik mempelajari cara pengumpulan data dan penyajian data sehingga mudah dipahami. Statistik deskriptif hanya berhubungan dengan hal menguraikan atau memberikan keterangan-keterangan mengenai suatu data atau keadaan atau fenomena. Berdasarkan pada ruang lingkup bahasan statistik deskriptif mencakup ukuran nilai pusat (rata-rata, median, modus, kuartil dan sebagainya), ukuran dispersi (jangkauan, simpangan, rata-rata, varians, simpangan baku, dan sebagainya) dan ukuran lainnya. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2018).

3.6.2 Uji Validitas Validitas Dan Uji Reliabilitas

3.6.2.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022) uji validasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) dalam memastikan tingkat ketepatan suatu alat



ukur. Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan tujuan agar kuesioner mendapatkan hasil yang valid. Uji validitas pada proses analisis data memiliki tujuan agar validitas instrumen dapat diketahui sehingga instrumen tersebut dapat dipakai. Hasil uji validitas penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS. Kriteria pengujian uji validitas menggunakan nilai signifikan pengujian uji validitas menggunakan nilai signifikan (p-value) Jika r hitung $>$ r tabel atau Nilai signifikansi 0.05 berkesimpulan tidak valid.

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2022) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Untuk uji reliabilitas digunakan metode Cronbach's Alpha. Hasil penelitian reliable terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas pada penelitian ini memakai uji statistik *Cronbach Alpha* (α) dengan ketentuan >60 dikatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas penelitian ini menggunakan SPSS.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian, dan untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka uji asumsi klasik dalam penelitian ini yaitu terdiri dari uji normalitas data uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian asumsi klasik ini dilakukandengan menggunakan bantuan program komputer SPSS.



3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistik (uji Kolmogorov-Smirnov) test yang terdapat di program SPSS. Teknik kolmogorov smirnov memiliki kriteria jika signifikansi 0,05 maka data berdistribusi normal. Selain itu analisis grafik adalah salah satu cara termudah untuk melihat normalitas data dengan cara membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal probability plot. Normal probability plot adalah membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal (Ghozali, 2018).

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Sugiyono, 2018) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk menentukan mendeteksi adanya multikolinearitas, dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.



Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/\text{Tolerance}$). Adanya multikolinearitas ditunjukkan dengan nilai $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 1$.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, 2018) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glejser. Jika angka probabilitas signifikan diperoleh atas persamaan regresi diatas tingkat kepercayaan 5% maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4 Pengujian Hipotesis

Menurut (Aqila, 2024) Untuk membuktikan hipotesis benar secara parsial digunakan uji t, yaitu untuk menguji keberartian koefisien Jalur secara parsial dengan membandingkan Untuk membuktikan hipotesis benar secara parsial digunakan uji t, yaitu untuk menguji keberartian koefisien Jalur secara parsial dengan membandingkan artinya variasi variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat dan terdapat pengaruh di antara kedua variabel yang diuji, $b_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variasi variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat dan terdapat pengaruh antara dua



variabel yang diuji. Uji t menunjukkan variabel e-commerce berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0.115 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 dengan nilai T_{Hitung} 0.115 lebih besar dari t_{tabel} 1.66515 maka dapat disimpulkan *e-commerce* berpengaruh dengan kinerja UMKM. Maka H_1 diterima.

3.6.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2016), regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah hubungan serta seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Model ini digunakan ketika peneliti ingin memahami kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara lebih komprehensif dan mendalam. Oleh karena itu, analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independennya minimal dua, sehingga dapat menggambarkan hubungan yang lebih kompleks dan realistis dalam fenomena yang sedang diteliti. Dengan menggunakan analisis ini, diharapkan dapat diperoleh informasi yang lebih akurat dalam pengambilan keputusan maupun dalam merumuskan kebijakan berdasarkan data. Maka model analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan

Y	= Kinerja UMKM
α	= Konstanta
$\beta^1 - \beta$	= Koefisien Regresi



X_1 = *E-commerce*
 X_2 = Budaya organisasi
 X_3 = Literasi keuangan
 ε = *error term*

3.6.4.2 Uji T (Uji Parsial)

Menurut Sugiyono (2021) uji T bertujuan untuk menguji secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan (sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak.
2. Jika nilai signifikan (sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.

3.6.4.3 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Sugiyono (2021) Uji f dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila tingkat probabilitas lebih kecil dari 5% (0,05) maka model penelitian dapat digunakan atau dinyatakan layak. Kriteria dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig. } t < 0,05$, maka H_1 diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara simultan antar variabel dengan variabel terikat
2. Jika $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig. } t > 0,05$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi R^2

Menurut Sugiyono (2021) Kemampuan determinan (R^2) pada dasarnya



mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil memperlihatkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksikan variasi variabel dependen. Tetapi penggunaan koefisien determinasi tersebut memiliki suatu kelemahan, yaitu terdapatnya suatu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Agar terhindar dari bias tersebut, maka digunakan nilai adjusted R^2 , dimana nilai adjusted R^2 mampu naik atau turun apabila terjadi penambahan satu variabel independent.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.