

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Kemampuan literasi finansial (*financial literacy*) memegang peran penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam hal pengelolaan keuangan pribadi, investasi, serta pengambilan keputusan finansial yang tepat. Namun, masih banyak pelaku UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah) yang mengalami kesulitan dalam mengatur keuangan, terutama pada skala usaha kecil yang tidak memiliki sistem manajemen keuangan yang memadai. Banyak pengusaha yang masih menganggap menjalankan usaha hanya memperoleh keuntungan, tanpa menyadari pentingnya pengelolaan keuangan yang sistematis dan berkelanjutan. Kondisi ini sering menyebabkan kegagalan bisnis yang cepat, atau usaha yang tidak dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama.

Kondisi literasi finansial ini semakin nyata dalam konteks perkembangan ekonomi global dan tantangan yang dihadapi masyarakat, khususnya pelaku UMKM di Indonesia. Menurut data OECD/INFE (2020) skor literasi finansial secara global masih sangat rendah, dengan rata-rata skor di bawah 62% dari skor literasi keuangan maksimum yang diharapkan. Hal ini menunjukkan masih kurangnya kemampuan dan pengetahuan dasar tentang literasi finansial. Kurangnya kemampuan literasi finansial lebih terasa pada masyarakat dengan latar belakang pendidikan rendah dan terbatasnya akses informasi keuangan.

Dalam dunia bisnis dapat digolongkan menjadi dua sektor, yaitu sektor UMKM dan waralaba "*franchise*". Kedua golongan tersebut memiliki manajemen keuangan yang berbeda karena dapat dilihat dari segi profesionalitas. Pada waralaba sudah menggunakan tenaga ahli pada bidang keuangan, sedangkan UMKM sebagian besar menggunakan ilmu autodidak atau mendapatkan ilmu melalui pelatihan. Ketidakmampuan UMKM untuk mengakses informasi keuangan

profesional turut memperburuk pengambilan keputusan mereka dalam aspek finansial (Bayrakdaroğlu & Şan, 2014).

Pentingnya literasi finansial bagi pelaku UMKM, yang menjadi sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Banyak UMKM yang menghadapi kesulitan dalam mengelola keuangan, yang seringkali berujung pada rendahnya daya tahan usaha dan tingginya tingkat kebangkrutan. Meskipun UMKM memiliki potensi besar untuk berkembang, banyak dari mereka yang belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang pengelolaan keuangan yang baik. Hal ini menyebabkan pengambilan keputusan yang kurang tepat dalam pengelolaan modal dan perancangan keuangan jangka panjang.

Ketimpangan literasi finansial pada masyarakat dapat dilihat dari segi sosial, pendidikan dan ekonomi. Masyarakat pendidikan tinggi bisa dikatakan wawasan tentang literasi finansial mencukupi. Akses yang luas dapat dijangkau oleh kelompok masyarakat pendidikan tinggi sehingga informasi tidak terbatas.

Pada era digital ini, kalangan pendidikan tinggi tidak tertinggal informasi yang khususnya melalui digital, mereka dapat mengakses tanpa gagap teknologi. Kelompok masyarakat pendidikan rendah akan merasa sulit akses dari segala arah, terutama akses digital yang sebagian besar masyarakat belum dapat mengakses.

Terdapat kesenjangan yang signifikan dalam tingkat literasi finansial dikalangan individu dan kelompok masyarakat. Beberapa orang memiliki pemahaman dan pengetahuan yang memadai tentang keuangan. Ada beberapa orang pula yang kurang memahami tentang pengelolaan keuangan. Hal tersebut faktor dari kesenjangan literasi finansial dari segi sosial dan ekonomi. Literasi keuangan masyarakat kurang mampu akan menentukan apakah produk atau layanan keuangan yang diakses oleh kelompok rentan hanya untuk konsumsi atau dimanfaatkan untuk menciptakan mata pencaharian yang berkelanjutan (Akande et al., 2023).

Kesenjangan literasi finansial dari segi sosial atau ekonomi sangat terasa pada masyarakat. Kemudahan akses khususnya dalam perbankan dapat dirasakan mudah bagi kalangan sosial yang tinggi, sedangkan bagi kalangan yang kurang mampu akan terasa sangat sulit untuk mengakses hal tersebut.

Nana Triana Winata, 2025

PENGEMBANGAN MODEL PELATIHAN *RECIPROCAL TEACHING* BERBASIS *LINGUISTIC ENTREPRENEURSHIP* UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN LITERASI FINANSIAL PADA UMKM  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan data dari (OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy, 2020) Pendidikan keuangan, perlindungan konsumen keuangan, dan inklusi keuangan diakui pada tingkat kebijakan tinggi sebagai tiga unsur penting untuk pemberdayaan keuangan individu dan stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan, sebagaimana disoroti melalui tiga rangkaian prinsip tingkat tinggi yang didukung oleh para pemimpin G20: *Innovative Financial Inclusion* (2010); *Financial Consumer Protection* (2011); dan *National Strategies for Financial Education* (2012). Seperti yang ditunjukkan dalam prinsip tingkat tinggi tentang strategi nasional yang dikembangkan oleh OECD *International Network on Financial Education* (OECD/INFE).

Sekitar 26 negara dan wilayah ekonomi dari berbagai kawasan terlibat dalam penelitian ini, di antaranya 12 negara merupakan anggota OECD. Literasi keuangan rendah diseluruh negara dan ekonomi yang menjadi sampel. Skor literasi finansial secara keseluruhan, sebagaimana dihitung menggunakan metodologi penilaian OECD/INFE dan didefinisikan dalam *toolkit* OECD/INFE 2018 mengukur serangkaian keterampilan, perilaku, dan sikap keuangan dasar. Individu diseluruh sampel rata-rata mendapat skor hanya 12,7 atau hanya di bawah 61% dari skor literasi keuangan maksimum. Rata-rata diseluruh negara OECD yang berpartisipasi hanya sedikit lebih tinggi di 13,0 (maksimum 62%). Skor tertinggi yang dicapai oleh negara atau ekonomi diantaranya 14,8 oleh Hong Kong, China, atau 71% dari maksimum, dan minimal 11,1 dicetak oleh Italia (53% dari maksimum).

Literasi finansial yang ditetapkan dalam Peraturan Presiden No. 50 Tahun 2017 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen sebesar 35 persen. Berdasarkan Perpres (Peraturan Presiden) tersebut dilakukan survei oleh lembaga Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) merupakan survei berskala nasional yang diselenggarakan secara tiga tahunan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk memetakan keadaan terkini dari tingkat literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia. Hasil SNLIK 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68 persen, naik dibanding tahun 2019 yang hanya

38,03 persen. Hasil survei di Jawa Barat menunjukkan indeks literasi keuangan sebesar 56,10 persen.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh OJK dan SNLIK, literasi finansial masyarakat Indonesia sangat dipengaruhi oleh faktor sosial, ekonomi, dan pendidikan. Kesenjangan ini terlihat jelas antara kelompok masyarakat dengan latar belakang berpendidikan tinggi dan rendah. Masyarakat yang berpendidikan tinggi memiliki akses yang lebih luas terhadap informasi dan pelatihan, sedangkan masyarakat yang berpendidikan rendah seringkali tertinggal dalam hal informasi literasi finansial secara digital.

Dalam upaya meningkatkan literasi finansial, salah satunya melalui promosi baik itu secara tertulis atau melalui pelayanan ketika berkomunikasi dengan konsumen. Promosi menjadi bagian yang sangat penting untuk meningkatkan finansial dalam sebuah usaha. Promosi sebuah kedai membutuhkan kemampuan berbahasa yang baik, bertujuan untuk membuat iklan promosi yang menarik.

Berkaitan dengan hal tersebut, dalam industri usaha menguasai bahasa kewirausahaan (*linguistic entrepreneurship*) juga termasuk penting untuk ajang promosi kepada publik. Dalam konteks ini bahasa juga semakin sering digunakan sebagai teknologi yang dipandu oleh para aktor secara diskursif memproyeksikan berbagai atribut kewirausahaan (Cameron 2002; Scheuer 2001 dalam (De Costa et al., 2016).

Perkembangan globalisasi telah membawa kebutuhan yang meningkat untuk komunikasi lintas bahasa dan budaya. Namun, dalam konteks bisnis, masih ada kesenjangan dalam pemanfaatan potensi bahasa dan budaya untuk pengembangan bisnis yang efektif. Kurangnya pemahaman tentang pentingnya keahlian bahasa dan budaya menjadi hambatan dalam membangun bisnis. Penggunaan bahasa dalam sebuah bisnis sangat penting terlebih lagi untuk menentukan jenama. Untuk memahami cara kerja jenama, pebisnis perlu mencari referensi dari berbagai bahasa dan budaya yang unik untuk dijadikan jenama pada bisnis mereka sehingga jenama tersebut mudah diingat dan mengandung filosofi tentang bisnis yang akan dijalankan.

Ketika pergantian neoliberal dalam pendidikan menghasilkan penekanan yang semakin besar pada akuntabilitas, daya saing, efisiensi, dan keuntungan, pembelajar bahasa, khususnya mereka yang mempelajari bahasa global seperti bahasa Inggris, diposisikan sebagai "warga dunia/konsumen kosmopolitan" (Block, 2010). Jenama pembelajar bahasa seperti itu terkait erat dengan pengembangan semangat kewirausahaan karena memahami pembelajaran bahasa sebagai aktivitas yang dilakukan pembelajar sebagai jalan menuju hasil yang lebih baik dalam mengejar keuntungan.

Perkembangan teknologi telah mengubah cara seseorang berinteraksi dan berkomunikasi. Bagi para pengusaha '*linguistic entrepreneurship*' harus dapat beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan ketergantungan pada teknologi. Masyarakat umum belum sepenuhnya menyadari nilai dan mafaat dari layanan *linguistic entrepreneurship*. Kurang kesadaran tentang pentingnya keahlian bahasa, kebutuhan akan penerjemahan dan penulisan konten yang berkualitas, serta potensi bisnis dalam industri linguistik dapat memengaruhi pengembangan bisnis tersebut.

Keragaman bahasa dan budaya yang ada di Indonesia memberikan tantangan tersendiri dalam membangun bisnis dengan cara konten *linguistic entrepreneurship*. Memahami perbedaan bahasa dan budaya yang spesifik dari setiap pasar atau komunitas dapat menjadi kompleks dan memerlukan keahlian khusus.

Kurangnya pendidikan dan pelatihan yang memadai khususnya dalam bidang *linguistic entrepreneurship* dapat menjadi hambatan bagi pengusaha yang ingin memasuki industri ini. Diperlukan pendidikan yang memadai dalam bahasa, budaya, dan teknologi terkait untuk mengembangkan keterampilan yang diperlukan dalam membangun bisnis *linguistic entrepreneurship* yang sukses.

Meskipun banyak penelitian yang membahas tentang literasi finansial dan *linguistic entrepreneurship* secara terpisah, masih sangat sedikit yang mengkaji kedua konsep ini dapat diterapkan secara bersamaan pada UMKM. Konsep ini akan mengembangkan keterampilan berbicara dalam pelayanan '*hospitality*' kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan finansial di kedai tersebut. Kemampuan

tersebut akan dipelajari melalui pelatihan yang terstruktur dengan menggunakan model pelatihan *reciprocal teaching*.

Dalam penelitian ini penulis akan memberikan pelatihan menggunakan model *reciprocal teaching* berbasis *linguistic entrepreneurship*. Model *Reciprocal Teaching* (RT) telah dikembangkan oleh Palincsar dan Brown (1984), meskipun dikembangkan pada 1980-an, *reciprocal teaching* sejalan dengan tren pengajaran saat ini. Model RT mengacu pada penerapan strategi membaca teks bersama teman sebaya, dalam kelompok belajar ini peserta pelatihan saling berinteraksi dan bergantian memimpin kelompoknya. Peserta pelatihan belajar bagaimana cara menggunakan empat strategi membaca yaitu mengklarifikasi, meringkas, menanya, dan memprediksi. Selain membaca, dalam kelompok tersebut peserta pelatihan secara kolaboratif membangun pemahaman terhadap teks bacaan tersebut. Strategi yang digunakan dalam model RT yaitu *summarizing* (peserta mengidentifikasi informasi), *questioning* (peserta membuat pertanyaan), *clarifying* (peserta bertanya kembali), *predicting* (peserta membuat prediksi/perkiraan) Palincsar dalam (Ahmad & Lanteri, 2017).

Literasi finansial bukan hanya diperlukan pada segmen pebisnis atau UMKM saja. Pengaturan keuangan pula sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari tiap individu. Fokus dalam penelitian ini adalah literasi finansial pada segmen pebisnis skala UMKM kedai kopi yang ada di Kabupaten Indramayu. Pada pelatihan akan menggunakan model *reciprocal teaching* melalui literasi finansial berbasis *linguistic entrepreneurship* pada pebisnis kedai kopi yang ada di Indramayu.

Penelitian yang relevan dilakukan oleh (De Costa et al., 2016) dengan judul “*Language Learning as Linguistic Entrepreneurship: Implications for Language Education*” hasil dari penelitian tersebut penekanan pada akuntabilitas, daya saing, efisiensi, dan keuntungan menunjukkan bagaimana pendidikan bahasa dipengaruhi oleh neoliberalisme pada pendidikan bahasa sebagai bentuk *linguistic entrepreneurship*, mengeksploitasi sumber daya terkait bahasa untuk meningkatkan nilai seseorang di dunia.

Penelitian berikutnya oleh (Kubota, 2021) dengan judul “*Linguistic Entrepreneurship: Common Threads and a Critical Respons*” hasil dari penelitian ini gagasan *linguistic entrepreneurship* menawarkan lensa untuk mempelajari cara-cara ideologi neoliberal tentang bahasa dan modal manusia, bersama dengan kekuatan hegemonik lainnya seperti kolonialisme dan imperialisme, membentuk pengalaman orang belajar dan menggunakan bahasa dan mereproduksi sistem kompetisi dan ketidaksetaraan. Karya intelektual tertanam dalam sistem neoliberal ini, secara hegemoni memaksa kita untuk mengembangkan dan melatih kewirausahaan akademik kita, serta kewirausahaan linguistik ‘*linguistic entrepreneurship*’ karena pekerjaan akademik selalu dimediasi oleh penggunaan bahasa.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Trombetta, 2023) dengan judul “*Accounting and Finance Literacy and Entrepreneurship: An Exploratory Study*” hasil dari penelitian ini mengkaji tingkat literasi finansial menggunakan sampel internasional wiraswasta yang mencakup tiga negara Eropa, yaitu Itali, Spanyol, dan Inggris. Bukti menunjukkan bahwa ada beberapa perbedaan yang signifikan dalam tingkat literasi finansial antara ketiga negara tersebut. Responden Inggris lebih memahami perbedaan antara akuntansi akrual dan kas, sedangkan responden Spanyol adalah yang terburuk dibidang ini. Perbedaan yang ditemui dalam penelitian ini koheren dengan perbedaan antara tiga ekonomi. Pada saat studi dilakukan, Inggris adalah ekonomi yang lebih berkembang secara finansial di antara tiga negara yang diteliti dan juga memiliki proporsi individu terbesar yang bekerja di sektor jasa. Fitur ini dapat menjelaskan rendahnya tingkat literasi keuangan orang-orang yang berwiraswasta.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Yani, n.d.) yang berjudul “Penguatan Pendidikan Karakter dan Literasi Simbolik Mahasiswa melalui Model *Reciprocal Teaching* pada Mata Kuliah Landasan Matematika” hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan kemampuan literasi simbolik bagi mahasiswa dengan penguatan pendidikan karakter yang memiliki kategori baik, sangat baik setelah memperoleh pembelajaran model *reciprocal teaching*. Bagi mahasiswa dengan penguatan pendidikan karakter yang kategori cukup, tidak

Nana Triana Winata, 2025

PENGEMBANGAN MODEL PELATIHAN *RECIPROCAL TEACHING* BERBASIS *LINGUISTIC ENTREPRENEURSHIP* UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN LITERASI FINANSIAL PADA UMKM  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

terdapat peningkatan kemampuan literasi simbolik setelah memperoleh pembelajaran model *reciprocal teaching*.

Berdasarkan penelitian pendahuluan tentang literasi finansial berbasis *linguistic entrepreneurship* menunjukkan ada beberapa pebisnis khususnya dalam bidang kopi belum memahami pengelolaan keuangan dan bahasa kewirausahaan yang digunakan. Pebisnis kedai kopi perlu adanya pelatihan tentang hal tersebut. Menurut *US House of Representatives, Financial Services Committee* (dalam Huston, 2010) Meningkatkan literasi keuangan konsumen merupakan tujuan kebijakan publik untuk meningkatkan kesejahteraan melalui pengambilan keputusan yang lebih baik.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini dirumuskan dalam judul “Pengembangan Model *Reciprocal Teaching* melalui Pelatihan Literasi Finansial Berbasis *Linguistic Entrepreneurship* pada Pelaku Bisnis Kedai Kopi”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam pengembangan model pelatihan yang tidak hanya berfokus pada literasi finansial tetapi juga pada keterampilan bahasa yang mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis UMKM, sekaligus menjawab kebutuhan untuk pendekatan pelatihan yang lebih praktis dan aplikatif dikalangan pengusaha kecil.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan beberapa permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana profil literasi finansial pada pelaku bisnis kedai kopi di Kabupaten Indramayu?
2. Bagaimana rancangan desain hipotetik model *reciprocal teaching* melalui pelatihan literasi finansial berbasis *linguistic entrepreneurship* pada pelaku bisnis kedai kopi di Kabupaten Indramayu?
3. Bagaimana pengembangan model *reciprocal teaching* berbasis *linguistic entrepreneurship* dalam pelatihan literasi finansial pada pelaku bisnis kedai kopi di Kabupaten Indramayu?

4. Bagaimana respons pelibat (instruktur dan peserta) pelatihan terhadap model *reciprocal teaching* melalui pelatihan literasi finansial berbasis *linguistic entrepreneurship* pada pelaku bisnis kedai kopi di Kabupaten Indramayu?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk menghasilkan model *reciprocal teaching* berbasis *linguistic entrepreneurship* untuk meningkatkan kemampuan literasi finansial pada pelaku UMKM khususnya bisnis kedai kopi di Kabupaten Indramayu. Tujuan yang ingin dicapai secara khusus dalam penelitian ini, yaitu.

1. mengetahui profil kemampuan literasi finansial berbasis *linguistic entrepreneurship* pada pelaku bisnis kedai kopi di Kabupaten Indramayu;
2. mendeskripsikan rancangan awal model *reciprocal teaching* melalui pelatihan literasi finansial berbasis *linguistic entrepreneurship* pada pelaku bisnis kedai kopi di Kabupaten Indramayu;
3. mendeskripsikan proses pengembangan model *reciprocal teaching* melalui pelatihan literasi finansial berbasis *linguistic entrepreneurship* pada pelaku bisnis kedai kopi di Kabupaten Indramayu;
4. Mendeskripsikan respons pelibat (instruktur dan peserta) pelatihan menggunakan model *reciprocal teaching* melalui pelatihan literasi finansial berbasis *linguistic entrepreneurship* pada pelaku bisnis kedai kopi di Kabupaten Indramayu.

### D. Manfaat Penelitian

Ada dua manfaat dalam penelitian ini, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis penelitian ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang literasi, bidang linguistik, dan bidang kewirausahaan. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada bidang ilmu tersebut.

- a. Penelitian ini dapat dijadikan kontribusi dalam bidang literasi, khususnya sebagai landasan pengembangan konsep literasi finansial. Kontribusi ini mencakup aspek teoretis dalam hal integrasi prinsip-prinsip *linguistic entrepreneurship* dengan elemen literasi finansial, yang meliputi pemahaman kewirausahaan, wacana promosi, hingga komunikasi bisnis yang efektif. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengembangan teori literasi finansial berbasis linguistik.
- b. Penelitian ini bermanfaat bagi bidang linguistik, khususnya dalam menyediakan landasan teoretis tentang pemanfaatan pendekatan linguistik dalam konteks kewirausahaan (*linguistic entrepreneurship*). Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam mengembangkan teori tentang aspek bahasa seperti pilihan kata (diksi), gaya bahasa, dan strategi komunikasi memiliki peran signifikan dalam kegiatan wirausaha, terutama dalam memengaruhi daya tarik konsumen, meningkatkan *branding* produk, dan membangun relasi.
- c. Penelitian ini dapat menjadi acuan pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan, terutama untuk pengembangan model pelatihan dalam bidang *linguistic entrepreneurship*. Hal ini mencakup kontribusi berupa konsep teoretis yang mengintegrasikan unsur kebahasaan dan kewirausahaan secara sistematis, serta menjadi dasar penyusunan model atau strategi pelatihan yang efektif dalam meningkatkan keterampilan berwirausaha melalui pendekatan linguistik.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini bermanfaat untuk berbagai kalangan yang terkait. Pihak-pihak yang memperoleh manfaat dari penelitian ini di antaranya,

- a) pemerintah daerah, penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk mengambil kebijakan dalam pemberdayaan dan pendayagunaan pelaku bisnis kedai

- kopi atau komunitas perkopian sebagai pengembangan sumber daya manusia;
- b) instansi terkait, produk ini dapat dijadikan pedoman dan panduan dalam melaksanakan pelatihan pada masyarakat baik secara individu tau kelompok, khususnya peningkatan kemampuan literasi finansial;
  - c) akademisi (dosen, tutor, atau instruktur), penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi atau rujukan/acuan dalam pelatihan literasi finansial berbasis *linguistic entrepreneurship*; dan
  - d) mahasiswa, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk belajar berbagai konsep dan ilmu pengetahuan yang tersebar dalam beberapa mata kuliah;

#### **E. Struktur Organisasi Disertasi**

Disertasi ini terdiri dari lima bab, struktur organisasi disertasi ini rincian tentang sistematika penulisan disertasi, sebagai berikut.

Pada BAB I diuraikan mengenai, (1) latar belakang masalah; (2) rumusan masalah; (3) tujuan penelitian; (4); manfaat penelitian; dan (5) struktur organisasi penelitian. Pada BAB II berisi tentang pemaparan landasan teori yang akan dijadikan sebagai dasar pelaksanaan penelitian dan pengembangan. Teori yang dipaparkan berkaitan dengan variable yang ada pada judul penelitian, yaitu tentang hakikat literasi, jenis literasi, literasi finansial, linguistik, *entrepreneurship*, dan *linguistic entrepreneurship*. Selain itu, teori berkaitan dengan model yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu model *reciprocal teaching*.

Pada BAB III diuraikan metode penelitian, diantaranya (1) metode penelitian; (2) desain penelitian; (3) prosedur penelitian; (4) populasi dan sampel penelitian; (5) instrumen penelitian; (6) analisis data. Pada BAB IV Hasil Penelitian yang menyajikan hasil penelitian dengan jelas, baik dalam bentuk data mentah, tabel, grafik, maupun deskripsi. Pada BAB V berisi Pembahasan untuk menginterpretasikan hasil penelitian, menjelaskan makna dari hasil yang ditemukan, serta membandingkannya dengan teori atau penelitian terdahulu. Pada

BAB VI berupa Simpulan dan Implikasi yang menyajikan ringkasan temuan utama, serta jawaban atas rumusan masalah atau hipotesis.