

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Undang-undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Bank Syariah telah mengatur secara khusus eksistensi bank syariah di Indonesia. Undang-undang tersebut melengkapi dan menyempurnakan UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang belum spesifik sehingga perlu diatur secara khusus dalam suatu UU tersendiri. Pembaca dapat memahami tentang perbankan syariah dengan mencermati UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Bank Syariah. Pasal 1 UU No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya<sup>1</sup>.

Mendengar kata bank sebenarnya tidak asing lagi bagi kita, terutama yang hidup di perkotaan. Bahkan, di pedesaan sekalipun saat ini kata bank bukan merupakan kata yang asing dan aneh. Menyebut kata bank setiap orang selalu mengaitkannya dengan uang sehingga selalu saja ada anggapan bahwa yang berhubungan dengan bank selalu ada kaitannya dengan uang. Hal ini tidak salah karena bank memang merupakan lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. Sebagai

---

<sup>1</sup> Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013, hal. 31.

lembaga keuangan bank menyediakan berbagai jasa keuangan. Di negara-negara maju bank bahkan sudah merupakan kebutuhan utama bagi masyarakat setiap kali bertransaksi.

Pengertian bank menurut undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dari uraian di atas dapat dijelaskan bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya usaha perbankan selalu berkaitan masalah bidang keuangan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan utama, yaitu:

1. Menghimpun dana
2. Menyalurkan dana dan
3. Memberikan jasa bank lainnya

Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan, sedangkan kegiatan memberikan jasa-jasa bank lainnya hanyalah merupakan pendukung dari kedua kegiatan di atas. Bagi perbankan yang berdasarkan prinsip konvensional, keuntungan utama diperoleh dari selisih bunga simpanan yang diberikan kepada penyimpan dengan bunga pinjaman atau kredit yang disalurkan. Kemudian bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah keuntungan bukan diperoleh dari bunga.

Di bank ini jasa bank yang diberikan disesuaikan dengan prinsip syariah yang berdasarkan hukum islam. Prinsip syariah yang diterapkan oleh bank syariah adalah:

1. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah)
2. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah)
3. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah)
4. Pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah) atau
5. Dengan adanya pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina)<sup>2</sup>.

Selain Bank Syariah yang akhir-akhir ini banyak bermunculan di Indonesia, banyak pula bermunculan lembaga keuangan Mikro Swasta yang berprinsip pada Syariah. Di antaranya yaitu Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu baitul maal dan baitul tamwil. Baitul maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit seperti: zakat, infak dan sedekah. Adapun baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Lembaga ini didirikan

---

<sup>2</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, hal. 12-15.

dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan Bank Islam<sup>3</sup>.

BMT merupakan bagian dari koperasi yang bekerja seperti bank, dalam melaksanakan kegiatan usahanya baik berupa penghimpunan dana maupun penyaluran dana mengacu pada aturan UU No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, Peraturan Pemerintah RI No. 9 Tahun 1995 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam oleh Koperasi, Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah 35.2/Per/M.KUKM/X/2007 tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syariah.

Dalam hal ini keberadaan BMT Sinar Amanah menjadi organisasi yang sah dan legal karena memiliki badan hukum yang jelas. Sebagai Lembaga keuangan Syariah, BMT Sinar Amanah harus berpedoman terhadap prinsip-prinsip Syariah. BMT Sinar Amanah mulai beroperasi dan bersama masyarakat berupaya membangun perekonomian masyarakat Kecil dan Menengah di Boyolangu Tulungagung agar menjadi lebih baik.

Sekarang ini di Indonesia perkembangan perekonomian semakin pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya bermunculan Lembaga-lembaga keuangan yang menerapkan prinsip Syariah islam seperti perbankan

---

<sup>3</sup> Nurul Huda Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, Cet ke-1. hal. 363.

Syariah, pegadaian Syariah, asuransi Syariah dan Baitul Mal Wat Tamwil (BMT), menyebabkan setiap Lembaga yang berprinsip syariah harus berinovasi dan lebih kreatif lagi karena tuntutan persaingan yang semakin ketat. Untuk melaksanakan hal tersebut maka dibutuhkan fungsi promosi yang baik sehingga tujuan yang diharapkan oleh Lembaga keuangan Syariah bisa tercapai sesuai target, karena promosi menjadi senjata utama bagi keberlangsungan hidup Lembaga keuangan Syariah tersebut.

Upaya penghimpunan dana ini harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota di BMT. Prinsip utama dalam manajemen funding ini adalah kepercayaan. Artinya kemauan masyarakat untuk menaruh dananya pada BMT sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat terhadap BMT itu tersendiri. Karena BMT pada prinsipnya merupakan lembaga amanah (*trust*), maka setiap insan BMT harus dapat menunjukkan sikap amanah tersebut.

Membangun kepercayaan masyarakat/umat terhadap BMT harus terus dilakukan. Program ini harus memperhatikan kondisi calon anggota yang akan dijadikan pasar. Oleh sebab itu, sangat mungkin membangun kepercayaan melalui ketokohan dalam masyarakat. Pada tahap awal pendirian, BMT dapat mengajak tokoh setempat baik tokoh agama

maupun masyarakat untuk menjadi pendiri di BMT. Melalui tokoh tersebut, pemasaran BMT akan mudah dilakukan<sup>4</sup>.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.

Pemasaran modern membutuhkan lebih dari sekedar mengembangkan produk bagus, menghargai secara menarik dan membuatnya dapat diakses oleh pelanggan sasaran. Perusahaan juga harus berkomunikasi dengan pelanggan yang telah membeli produknya maupun dengan pelanggan potensialnya. Jadi setiap perusahaan harus mengambil peran sebagai komunikator dan promotor .

---

<sup>4</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, Yogyakarta: UII Press, 2004, hal. 149-150.

Salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat yaitu dengan promosi. Apabila produk tersebut masih baru maka lembaga harus lebih giat dalam menjalankan kegiatan promosi untuk menghadapi persaingan yang semakin lama semakin ketat. Maka dewasa ini lembaga saling berlomba untuk mendekati dan memberikan penawaran kepada calon anggota dengan cara yang tepat dan menarik agar anggota tertarik dengan produknya.

Dalam praktiknya promosi tidak hanya dilakukan oleh Lembaga keuangan makro saja seperti perbankan, tetapi BMT selaku Lembaga keuangan mikro juga membutuhkan hal tersebut bagi kelangsungan hidup BMT. Secara teoritis BMT menghendaki adanya bebas riba dan strategi promosi sesuai prinsip Syariah agar tercipta keadilan bagi sesama. Hal tersebut mengharuskan manajemen untuk melakukan strategi khusus untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya<sup>5</sup>.

Dalam melaksanakan penghimpunan dana BMT Sinar Amanah menawarkan beberapa produk simpanan diantaranya yaitu: tabungan Si Aman, deposito Berkah, tabungan umrah dan haji plus. Untuk mempromosikan semua produk-produk tersebut, BMT Sinar Amanah melakukan pemasaran produk yang dilakukan oleh marketing dengan menawarkan kepada mitra atau calon nasabah dengan mendatangi langsung ke rumah, pasar, sekolahan dan di lingkungan sekitar kantor

---

<sup>5</sup> Philip Kotler, Swee Hoon Ang dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Yogyakarta : Andi, 2000, hal. 2.

BMT Sinar Amanah. Pihak BMT Sinar Amanah menggunakan sistem jemput bola untuk semua produk simpanan, ini bertujuan untuk memudahkan nasabah yang mempunyai kesibukan sehingga tidak bisa datang langsung ke BMT untuk menabung.

Strategi promosi sangat dibutuhkan bagi kelangsungan hidup suatu Lembaga atau bisnis. Melihat peran pentingnya sebuah promosi bagi Lembaga keuangan Syariah maka dengan ini peneliti mengangkat judul **“Strategi Promosi Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Anggota Pada Baitul Maal wat Tamwil Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung”**.

#### B. Fokus Penelitian

Untuk mempermudah dan membantu peneliti dalam proses penelitian maka dibutuhkan adanya perumusan masalah yang jelas dan tegas, sesuai dengan kriteria dan cara perumusan masalah yang benar.

Dari uraian yang melatar belakangi penelitian di atas, maka disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana formulasi promosi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung?
2. Bagaimana pelaksanaan promosi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung?
3. Bagaimana evaluasi promosi yang diterapkan di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung?



### C. Tujuan Penelitian

Dari beberapa uraian rumusan masalah di atas penulis dapat merumuskan beberapa tujuan dari penulisan proposal kali ini diantaranya:

1. Mendeskripsikan formulasi promosi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung
2. Mendeskripsikan pelaksanaan promosi di BMT Sinar Amanah Boyolagu Tulungagung
3. Mendeskripsikan evaluasi pomosi yang diterapkan di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung

### D. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak melebar, maka peneliti membatasi permasalahan ini pada kegiatan formulasi promosi, pelaksanaan promosi dan evaluasi promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Baitul Maal wa Tamwil Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung.

### E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang penerapan strategi promosi dan pengaruhnya terhadap peningkatan jumlah anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu, Tulungagung.

## 2. Secara praktis

### a. Bagi BMT

Berguna sebagai koreksi tentang strategi promosi dan menerapkannya dalam BMT tersebut

### b. Bagi akademis

Bisa digunakan sebagai suatu sarana penyerapan informasi yang bermanfaat bagi pelaksanaan kurikulum dengan perkembangan kebutuhan di lapangan dan juga sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat tentang kampus IAIN (Instirut Agama Islam Negeri) Tulungagung. Dapat dijadikan sebagai sarana untuk menjalin kerjasama dengan Lembaga keuangan Syariah yang kelak akan bermanfaat bagi kampus.

### c. Untuk peneliti selanjutnya

Sebagai rujukan/referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji dalam bidang keuangan lembaga keuangan dengan variabel lain yang berbeda.

## F. Penegasan Istilah

### 1. Penegasan konseptual

- a. Strategi promosi adalah suatu hal yang berkaitan dengan masalah-masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi persuasif dengan pelanggan.

Strategi promosi ini untuk menentukan proporsi personal selling, iklan dan promosi penjualan<sup>6</sup>.

- b. Peningkatan jumlah anggota adalah kenaikan jumlah anggota pada suatu lembaga
- c. BMT (Baitul Maal wat Tamwil) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil (syari'ah), menumbuhkembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.

## 2. Penegasan operasional

Dari penjelasan diatas dapat diambil pengertian bahwa penerapan strategi promosi kemungkinan besar akan mempengaruhi peningkatan jumlah anggota pada lembaga keuangan

## G. Sistematika Penulisan Skripsi

### 1. Bab I Pendahuluan

Dalam bab pendahuluan ini di dalamnya berisi uraian mengenai (a) latar belakang masalah, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) batasan masalah (bila perlu), (e) manfaat hasil penelitian, (f) definisi istilah, (g) sistematika penulisan skripsi.

- a. Latar Belakang Masalah, berisi tentang penjelasan mengenai problematika persoalan yang akan diteliti dan atau alasan-alasan

---

<sup>6</sup> Hamzah Ya'kub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, Bandung: CV. Diponegoro, 1992, hal. 233.

mengapa masalah yang dikemukakan dipandang menarik, penting dan perlu diteliti, serta belum pernah dipecahkan oleh peneliti terdahulu, sehingga menunjukkan keorisinilan persoalan yang akan diteliti.

- b. Rumusan Masalah, berisi tentang rincian pernyataan-pernyataan tentang cakupan atau topik-topik inti yang akan diungkap atau digali dalam penelitian ini. Fokus Rumusan masalah bisa berupa pertanyaan-pertanyaan yang nantinya akan dicari dan dijawab dalam penelitian. Pertanyaan diajukan untuk mengetahui gambaran apa yang akan diungkapkan di lapangan.
- c. Tujuan Penelitian, merupakan hasil atau harapan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, sesuai dengan rumusan masalah.
- d. Pembatasan Masalah, merupakan hal-hal yang membatasi sebuah penelitian. Jika tidak diberi batasan maka penelitian menjadi tidak jelas dan bisa kemana-mana nantinya. Batasan masalah ada untuk membatasi bahasan penelitian agar lebih terarah dan fokus. Bagian dari pembatasan masalah adalah batasan tempat, batasan waktu, serta objek penelitian.
- e. Manfaat Penelitian, berisi tentang manfaat pentingnya penelitian, baik manfaat secara teoritis (berhubungan dengan pengembangan keilmuan) dan juga manfaat praktis (berhubungan dengan para pihak yang menggunakan hasil penelitian).

- f. Definisi Istilah, berisi tentang istilah-istilah yang belum dan tidak dapat dipahami oleh pembaca terkait dengan judul yang diketengahkan. Istilah-istilah ini ditegaskan atau dijelaskan dalam rangka menghindari kesalahpahaman baik dari penguji maupun pembaca pada umumnya. Definisi istilah dijelaskan secara konseptual dan operasional.
- g. Sistematika Penulisan skripsi, berisi tentang urutan-urutan yang sistematis terkait dengan pembahasan yang ada dalam sebuah skripsi. Sistematika pembahasan ini ditujukan untuk mempermudah dan memberikan alur kajian atau pembahasan yang harus dilakukan oleh peneliti.

## 2. Bab II Kajian Pustaka

Pada bab ini memuat uraian tentang tinjauan pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori besar (*grand theory*) dan teori-teori yang dihasilkan dari penelitian terdahulu. Dalam penelitian kualitatif ini keberadaan teori baik yang dirujuk dari pustaka atau hasil penelitian terdahulu digunakan sebagai penjelasan atau bahan pembahasan hasil penelitian dari lapangan. Dengan kata lain, dalam penelitian kualitatif ini, peneliti berangkat dari data lapangan dan menggunakan teori sebagai penjelasan dan berakhir pada konstruksi teori baru yang dikemukakan oleh peneliti setelah menganalisis dan menyimpulkan hasil penelitian.

## 3. Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini di dalamnya berisi tentang: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, dan (h) tahap-tahap penelitian.

- a. Pendekatan dan jenis penelitian, menjelaskan tentang alasan mengapa penelitian model kualitatif atau pendekatan kualitatif ini digunakan. Pada sub bab ini juga menjelaskan tentang bagaimana orientasi teoritisnya yakni landasan berpikir untuk memahami makna suatu gejala seperti fenomenologis, interaksi simbolik, kebudayaan, etnomenologis atau kritik seni hermeneutik. Peneliti harus mengemukakan jenis penelitian apa yang digunakan dan model kualitatif ini, apakah etnografis, studi kasus, *grounded theory*, interaktif, ekologi, partisipatoris, atau penelitian tindakan.
- b. Lokasi penelitian, menjelaskan tentang identifikasi karakteristik, alasan memilih lokasi, bagaimana peneliti memasuki wilayah lokasi tersebut. Hendaknya lokasi diuraikan secara jelas, misalnya letak geografis, bangunan fisik, struktur organisasi, program dan suasana sehari-hari. Dengan kata lain bagaimanakah situasi, kondisi dan domisili, keadaan lokasi penelitian tersebut.
- c. Kehadiran peneliti, menjelaskan tentang kehadiran peneliti di lapangan dalam penelitian kualitatif mutlak dilakukan atau diperlukan. Kehadiran peneliti harus dilukiskan secara eksplisit dalam laporan penelitian. Dalam hal ini perlu juga dijelaskan

apakah peran peneliti sebagai partisipan penuh, pengamat partisipan, atau pengamat penuh. Di samping itu perlu disebutkan apakah kehadiran peneliti diketahui statusnya sebagai peneliti oleh subyek atau informan. Oleh karena itu, fungsi peneliti sebagai instrumen sekaligus pengumpul data. Instrumen selain manusia dapat pula digunakan, tetapi fungsinya terbatas sebagai pendukung tugas peneliti sebagai instrumen.

- d. Data dan Sumber data, menjelaskan tentang dari mana dan dari siapa data diperoleh, data apa saja yang dikumpulkan, bagaimana ciri-ciri informan atau subyek tersebut, dan dengan cara bagaimana data dijaring sehingga validitasnya dapat dijamin. Istilah pengambilan sampel dalam penelitian kualitatif harus dipakai dengan penuh kehati-hatian, Karena tujuan pengambilan sampel adalah untuk mendapatkan informasi sebanyak mungkin, bukan untuk melakukan rampatan (generalisasi). Pengambilan sampel dikenakan pada situasi, subyek (informan) dan waktu. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampel, snowballing, tidak ada yang memakai random sampling.
- e. Teknik pengumpulan data, mengemukakan teknik pengumpulan data yang digunakan, misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Terdapat dua dimensi data, fidelitas dan struktur. Fidelitas mengandung arti sejauh mana penyajian bukti nyata dari lapangan disajikan (rekaman audio atau video

memiliki fidelitas tinggi, sedangkan catatan lapangan memiliki fidelitas kurang). Sedangkan dimensi struktur menjelaskan sejauh mana wawancara dan observasi dilakukan secara sistematis dan terstruktur. Hal-hal yang menyangkut jenis rekaman, format ringkasan rekaman data, dan prosedur perekaman diuraikan pada bagian ini. Selain itu dikemukakan pula waktu yang diperluas dalam pengumpulan data.

- f. Teknik analisis data, menguraikan tentang proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip-transkrip wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain agar peneliti dapat menyajikan temuannya. Analisis ini melibatkan pengerjaan, pengorganisasian, pemecahan dan sintesis data serta pencarian pola, pengungkapan hal yang penting, penentuan apa yang dilaporkan. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan selama dan setelah pengumpulan data, dengan teknik-teknik misalnya analisis kawasan, analisis taksonomi, analisis komponensial, dan analisis tema. Dalam hal ini peneliti dapat menggunakan bahan-bahan statistik, logika, etika atau estetika
- g. Pengecekan Keabsahan Temuan; memuat uraian-uraian tentang usaha-usaha peneliti untuk memperoleh keabsahan temuan. Agar diperoleh data dan interpretasi yang absah dari temuan penelitian, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik perpanjangan kehadiran peneliti di lapangan, observasi yang



diperdalam, triangulasi (menggunakan beberapa sumber, metode, peneliti, teori), pembahasan dengan sejawat, analisis kasus dilakukan pengecekan dapat tidaknya ditransfer ke latar lain (*transferability*), ketergantungan pada konteksnya (*dependability*) dan dapat tidaknya dikonfirmasi kepada sumbernya (*confirmability*).

- h. Tahap-tahap penelitian, menggunakan proses waktu pelaksanaan penelitian, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, pelaksanaan penelitian sebenarnya, sampai pada penulisan laporan.

#### 4. Bab IV Hasil Penelitian

Bab ini berisi uraian tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data. Paparan data tersebut diperoleh melalui pengamatan (apa yang terjadi di lapangan), dan atau hasil wawancara (apa yang dikatakan oleh informan), serta deskripsi informasi lainnya yang dikumpulkan oleh peneliti melalui prosedur pengumpulan data sebagaimana tersebut di atas. Temuan penelitian disajikan dalam bentuk pola, tema, kecenderungan, dan motif yang muncul dari data. Di samping itu, temuan bisa berupa penyajian kategori, sistem klasifikasi, identifikasi dan tipologi.

5. Bab V Pembahasan, memuat keterkaitan antara pola- pola, kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan atau teori yang

ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan (*grounded theory*). Temuan penelitian juga dijelaskan implikasi-implikasinya yang lebih luas dalam khazanah kajian yang ada.

## 6. Bab VI Penutup

Bab ini terdiri dari: (a) kesimpulan dan (b) saran atau rekomendasi.

- a. Pada kesimpulan, uraian yang dijelaskan dalam model penelitian kualitatif adalah temuan pokok atau simpulan harus mencerminkan “makna” dari temuan-temuan tersebut sesuai dengan rumusan masalah.
- b. Sedangkan saran atau rekomendasi dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti, ditujukan kepada para pengelola obyek/subyek penelitian atau kepada peneliti dalam bidang sejenis, yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian yang sudah diselesaikan. Saran merupakan suatu implikasi praktis dari hasil penelitian.