

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini persaingan bisnis sudah membuat berbagai perusahaan berlomba-lomba untuk mempertahankan eksistensinya. Semakin bertambahnya jumlah perusahaan dalam bidang sejenis dari waktu ke waktu mengakibatkan persaingan di dunia bisnis menjadi lebih ketat. Hal ini mendorong perusahaan agar melakukan berbagai inovasi dan strategi bisnis agar terhindar dari kemunduran bahkan kebangkrutan. Dengan adanya permasalahan tersebut menyebabkan manajemen tiap perusahaan menghadapi tantangan untuk berusaha secara kompetitif menghadapi para pesaing. Keunggulan bersaing sangat penting untuk diterapkan dalam penyusunan perencanaan bisnis karena hal tersebut tidak terlepas dari prinsip-prinsip ekonomi yaitu perusahaan mampu berjalan lancar dengan meminimalkan seluruh biaya yang ditimbulkan dan memaksimalkan keuntungan yang didapatkan.¹

Dalam sebuah bisnis perusahaan harus memiliki strategi untuk terus mengembangkan produk atau jasa yang ditawarkan, baik itu dalam kualitas produk maupun pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Terdapat kunci sukses untuk mempertahankan suatu perusahaan yaitu perencanaan strategi perusahaan yang sesuai dengan lingkungan bisnis, strategi yang dirancang perusahaan harus berdasarkan dengan visi, misi dan tujuan perusahaan tersebut.

¹ M. Fuad dan Christine H, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal. 4.

Untuk mewujudkan pencapaian target penjualan, pelaku usaha wajib memiliki rasa peka terhadap keadaan lingkungan yang ada di sekitarnya. Dalam dunia bisnis lingkungan merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi keberlangsungan dari usaha yang sedang dijalankan, baik dari segi internal maupun segi eksternal perusahaan. Terdapat dua kemungkinan perubahan pada lingkungan, yaitu perubahan lingkungan positif yang mampu menunjang kegiatan perusahaan dan perubahan lingkungan negatif yang merupakan suatu gangguan dalam kegiatan perusahaan itu berlangsung. Maka dari itu perusahaan perlu mengadakan analisis terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekitar perusahaan. Perusahaan dapat membaca keadaan lingkungan di sekitarnya dengan cara memperhatikan faktor internal dan eksternal perusahaan, yaitu meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Bisnis yang baik adalah bisnis yang bersih dari penipuan serta kecurangan. Baik kecurangan timbangan maupun kecurangan dengan menyembunyikan cacatnya barang yang diperjualbelikan. Sebagai pelaku bisnis, tentunya tidak bisa terhindar dari yang namanya persaingan, munculnya persaingan ini diharapkan dapat memotivasi para pelaku bisnis agar terus memberikan pelayanan yang terbaik. Persaingan yang sehat dan jujur sangat bermanfaat bagi perusahaan, karyawan, konsumen, masyarakat serta pemerintah.

Persaingan bisnis menurut perspektif agama Islam yaitu hendaklah bersaing secara sehat, jujur serta adil dan mempererat ikatan persaudaraan dengan cara menjalin silaturahmi dengan rekan bisnis. Jadi setiap kebebasan yang dilakukan individu masih dibatasi dengan aqidah Islam, karena dengan dasar aqidah Islam

seseorang mampu menerapkan persaingan bisnis yang sesuai dengan aqidah Islam.²

Allah SWT telah berfirman :

وَأَبْتِغِ فِي مَآءِ اتِّكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا
يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka)bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (QS. Al-Qashash: 77)³

Dalam mencari berbagai alternatif strategi yang akan dipertimbangkan, dapat dilakukan dengan cara menganalisis kekuatan dan kelemahan setiap alternatif dan bahkan menjatuhkan pilihan pada satu alternatif tertentu. Para perumus strategi perusahaan harus mampu memperhitungkan reaksi yang akan timbul dari para pesaingnya. Para penentu strategi perusahaan harus mampu memperkirakan bentuk, jenis, dan intensitas reaksi tersebut. Dengan bertindak demikian, maka perusahaan akan mengetahui berhasil atau tidaknya suatu strategi yang telah dipilih tersebut.⁴

Untuk memenuhi pengelolaan dan perencanaan strategi dalam suatu perusahaan membutuhkan suatu analisis, yaitu Analisis SWOT. Tujuan utama

² Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal. 125.

³ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadist Shahih*, hal. 394.

⁴ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2007), hal. 194.

pengelolaan strategi adalah agar perusahaan mampu melihat secara obyektif kondisi internal dan eksternal perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi tiap permasalahan yang ada. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang tepat apabila pelaku bisnis dapat menggunakannya dengan benar. Analisis SWOT adalah suatu metode untuk mengevaluasi suatu bisnis usaha untuk mencari strategi apa yang tepat untuk kedepannya agar mampu memenangkan persaingan, nantinya Analisis SWOT akan menghasilkan beberapa alternatif strategi untuk pengambilan keputusan yang baik untuk dijalankan agar perusahaan dapat mengatasi permasalahan yang ada. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat mengoptimalkan kekuatan (*strength*), dan memanfaatkan peluang (*opportunity*), namun disisi lain juga dapat secara bersamaan meminimalisir kelemahan (*weakness*), serta mengatasi ancaman (*threats*) yang akan datang.⁵

Analisis SWOT dalam kehidupan telah dijelaskan dalam salah satu ayat Al-Qur'an

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا ۙ اَتَّقُوا ۙ اللّٰهَ ۙ وَتَنْظُرُوْا نَفْسَ مِمَّا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ ۙ وَاتَّقُوا ۙ
اللّٰهَ ۙ ۙ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah dibuatnya untuk hari esok (akhirat): dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Hasyr: 18)⁶

⁵ Fredy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan Ocai*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2018), hal. 83.

⁶ Senja Yola Riski, *Strategi Pengembangan Usaha dan Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Karyawan dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Lampung : Skripsi tidak diterbitkan, 2016), hal. 33.

Jika kita perhatikan dengan seksama, ini merupakan pernyataan dari Allah yang mewajibkan kita untuk berfikir terhadap segala sesuatu yang akan kita lakukan dalam kehidupan ini. Sehingga kita diharuskan mampu menerapkan ilmu manajemen yang baik dalam diri dengan menggunakan strategi manajemen.

Uraian SWOT dalam kehidupan beragama Islam yaitu yang pertama adalah kekuatan, sebagai umat Islam iman adalah kekuatan yang dimiliki, keimanan merupakan modal yang sangat besar dan tidak semua manusia mendapatkan hidayah ini. Kemudian kekuatan lainnya adalah kemampuan berfikir, kesehatan serta kesempatan melakukan hal-hal yang berpotensi menghasilkan kekayaan. Kelemahan pada diri manusia salah satunya yaitu belum memiliki cukup ilmu dan masih banyak kelemahan-kelemahan lainnya. Selanjutnya tantangan dalam kehidupan yaitu masalah pola pikir materialistik yang sangat mengganggu kesenangan dunia.

Persaingan pasar modern di Tulungagung semakin bertambah dengan kehadiran Supermarket, Mall, dan Swalayan hal tersebut di dukung oleh Bupati Kabupaten Tulungagung yaitu Bapak Maryoto Birowo yang akan mempermudah para investor masuk di Kabupaten Tulungagung dengan harapan dapat menyerap tenaga kerja lokal serta mendongkrak perekonomian di kabupaten Tulungagung.

dBelga Mart merupakan pusat belanja modern atau swalayan pertama yang berada di Tulungagung dan termasuk dalam kategori swalayan terbesar hingga saat ini. DBelga Mart menyediakan kebutuhan pokok diantaranya yaitu makanan, minuman, perlengkapan rumah tangga, kue, mainan anak hingga aksesoris

lainnya. Lokasi dBelga Mart termasuk dalam wilayah strategis yang dapat menentukan cepat atau lambatnya perkembangan suatu perusahaan.

Semakin meningkatnya persaingan bisnis yang terdapat pada saat ini terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis mengakibatkan perusahaan semakin dituntut agar mampu bergerak lebih cepat untuk menerapkan analisis untuk menghadapinya.

Salah satu swalayan yang mampu bertahan terhadap persaingan adalah dBelga Mart Tulungagung. Keunggulan yang ditawarkan oleh dBelga Mart adalah harga produk yang dijual lebih terjangkau dibanding dengan swalayan lain yang terdapat di Tulungagung. Namun berdasarkan informasi melalui hasil wawancara bahwa beberapa waktu terakhir jumlah konsumen yang datang untuk berbelanja di dBelga Mart mengalami penurunan. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini,

Tabel 1.1
Data Jumlah Konsumen
dBelga Mart Tulungagung
Tahun 2017

No.	Bulan	Jumlah Konsumen
1.	Januari	2.574
2.	Februari	2.160
3.	Maret	1.735

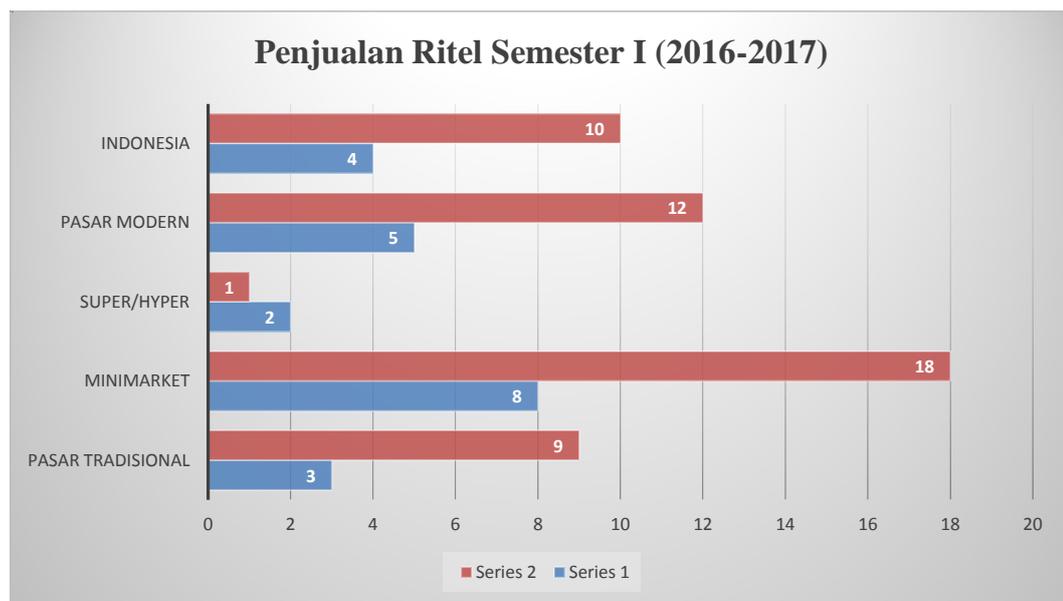
Sumber : Data diolah oleh dBelga Mart Tulungagung

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jumlah konsumen dBelga Mart mengalami penurunan pada tiap bulannya. Pada bulan Januari jumlah konsumen

yang datang untuk berbelanja di dBelga Mart sebanyak 2.574 konsumen, pada bulan Februari sebanyak 2.160 konsumen, dan pada bulan Maret sebanyak 1.735 konsumen. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan penurunan jumlah konsumen di D'Belga Tulungagung. Menurunnya jumlah konsumen tersebut disebabkan oleh keberadaan pasar modern di Tulungagung yang sudah menjamur, bahkan saat ini pertumbuhan minimarket pun sangat pesat berada di tiap kecamatan.

Gambar 1.1

Perkembangan Jenis Toko Ritel di Indonesia



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Pada grafik diatas menunjukkan bahwa perkembangan toko ritel modern mengalami peningkatan terus-menerus. Walaupun swalayan masih kalah dengan perkembangan jumlah minimarket, tetapi masih menempati posisi di nomer kedua setelah minimarket yaitu pasar modern. Perkembangan pertumbuhan pasar modern serta minimarket yang menyediakan kebutuhan hidup sehari-hari tersebut

menyebabkan konsumen dBelga Mart menurun, karena konsumen memilih belanja untuk memenuhi kebutuhan pokok di minimarket yang berlokasi dekat dengan tempat tinggalnya.

Untuk menghadapi persaingan pasar modern di Tulungagung, pusat belanja keluarga dBelga Mart memerlukan adanya analisis yang dilakukan dengan tujuan agar dapat semakin berkembang dan berdaya saing. Salah satu analisis yang dapat mempermudah dBelga Mart untuk menghadapi persaingan pasar modern saat ini adalah Analisis *Strengths, Weakness, Opportunity, dan Threats*.

Analisa dasar SWOT pada dBelga Mart adalah sebagai berikut : *Strength* merupakan suatu kondisi kekuatan yang terdapat dalam suatu perusahaan, kekuatan yang dimiliki dBelga Mart adalah menetapkan harga barang yang dijual dengan murah dibanding dengan tempat lainnya, memiliki lokasi yang strategis yaitu di tengah kota Tulungagung, kebersihan toko sangat terjaga, penataan ruang yang bagus sehingga memudahkan konsumen untuk mencari barang yang dibutuhkannya, dan memperkerjakan karyawan yang ramah. *Weakness* merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan, kelemahan yang dihadapi oleh dBelga Mart adalah saat ini dBelga Mart bangunan dan desain toko masih terkesan lama, sehingga terdapat bsebagian konsumen merasa kurang nyaman saat berbelanja dan memilih berbelanja ke tempat lain.

Opportunity merupakan kondisi peluang yang dapat berkembang di masa depan yang akan terjadi di suatu perusahaan, peluang yang dimiliki oleh dBelga Mart saat ini adalah sudah memiliki banyak pelanggan bahkan juga sudah banyak pelanggan yang menjadikan dBelga Mart sebagai pusat untuk tengkulak barang,

selalu memberikan hadiah kepada para konsumen yaitu dengan cara memberikan kupon dan akan diundi tiap tahunnya, selalu memberikan promo menarik di tiap barang yang dijualnya, sudah memiliki mitra bisnis yang baik dengan pihak lain, sudah menerapkan pembayaran melalui Link Aja dan sudah membuka toko online di Shopee dan Buka Lapak dengan nama akun “belgamart” sehingga mempermudah transaksi online dan barang yang disediakan oleh dBelga Mart akan selalu laku di pasaran karena kebutuhan masyarakat selalu kompleks. *Threats* merupakan kondisi yang mengancam dari luar perusahaan, ancaman yang dihadapi oleh dBelga Mart saat ini meliputi munculnya banyak pesaing baru pada bidang usaha yang sejenis, perkembangan teknologi yang pesat, dan berubahnya gaya belanja masyarakat yang semula biasa berbelanja secara langsung datang ke toko namun saat ini banyak masyarakat yang lebih nyaman berbelanja online.

Dalam penelitian ini Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Threats dalam menghadapi persaingan yang dimaksudkan adalah yang tidak menyimpang dari prinsip Etika Bisnis Islam. Berikut ini adalah prinsip etika bisnis dalam Islam, yaitu tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebenaran, dan ihsan. Sedangkan etika bisnis Islam yang sesuai dengan ajaran Rasulullah yaitu: jujur, tidak menipu, amanah, menepati janji, murah hati dan mengingat akhirat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut maka penulis berkeinginan untuk mengadakan sebuah penelitian yang berjudul “Analisis *Strengths, Weakness, Opportunity, Threats* Pada dBelga Mart Tulungagung Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Pasar Modern Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam.”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana analisis strengths, weakness, opportunity, threats pada dBelga Mart Tulungagung ?
2. Bagaimana strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing pada dBelga Mart Tulungagung ?
3. Bagaimana upaya peningkatan daya saing pasar modern yang diterapkan oleh dBelga Mart Tulungagung ?
4. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada dBelga Mart Tulungagung dalam meningkatkan daya saing ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa analisis strengths, weakness, opportunity, threats pada dBelga Mart Tulungagung.
2. Untuk menganalisa strategi yang tepat dilakukan oleh dBelga Mart untuk meningkatkan daya saing.
3. Untuk menganalisa upaya dBelga Mart Tulungagung untuk meningkatkan daya saing.
4. Untuk menganalisa implementasi etika bisnis Islam pada dBelga Mart Tulungagung dalam meningkatkan daya saing.

D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

Pada penelitian yang akan dilakukan, terdapat batasan yang diberikan oleh peneliti dalam melakukan kajian pembahasan yaitu hanya terfokus pada bagaimana analisis *strength, weakness, opportunity, threats* yang diterapkan oleh

pusat belanja keluarga dBelga Mart Tulungagung untuk meningkatkan daya saing yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan kajian ilmu dalam analisis SWOT pada pusat belanja keluarga dBelga Mart Tulungagung dalam upaya peningkatan daya saing pasar modern ditinjau dari etika bisnis Islam. Berdasarkan dari hasil temuan pusat belanja keluarga dBelga Mart Tulungagung mampu menerapkan Analisis SWOT dengan baik maka dBelga Mart dapat mengatasi permasalahan yang ada pada perusahaannya.

2. Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan serta bahan pertimbangan segenap anggota perusahaan dalam mengambil tindakan dan keputusan, baik dalam keputusan tentang pengembangan usaha, mempertahankan eksistensi perusahaan, menghadapi para pesaing, maupun untuk tindakan yang lainnya.

b. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan tambahan untuk bahan wacana dan koleksi baru di perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Lanjutan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian lanjutan yang kemudian mampu menyempurnakan penelitian sedemikian rupa.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman, memudahkan untuk menelaah, serta memahami pokok-pokok permasalahan dalam uraian di bab selanjutnya, maka penulis terlebih dahulu mengemukakan pengertian yang ada dalam judul skripsi diatas. Adapun istilah-istilah yang dikemukakan dalam judul skripsi adalah sebagai berikut :

1. Definisi Konseptual

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal dalam perusahaan. Asumsi dasar dari Analisis SWOT adalah apabila terdapat strategi yang efektif dalam suatu perusahaan maka akan meminimalkan kelemahan serta ancaman. Apabila suatu perusahaan mampu menerapkan analisis ini secara akurat, maka asumsi sederhana ini akan memiliki dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.⁷

Penjelasan lebih rinci dari Analisis SWOT yaitu : *Strengths* (Kekuatan) adalah suatu kompetensi khusus yang memberikan keunggulan bagi perusahaan di pasar, *Weakness* (Kelemahan) merupakan

⁷ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), hal. 19.

suatu kekurangan dan keterbatasan dalam sumber daya dari suatu keterampilan dan keunggulan yang secara serius dapat menghambat keefektifan kinerja suatu perusahaan⁸, *Opportunity* (Peluang) merupakan situasi dan kondisi penting yang dapat memberikan keuntungan dalam suatu lingkungan perusahaan, *Threats* (Ancaman) adalah situasi yang tak membrikan keuntungan dalam lingkup perusahaan.

b. Daya Saing

Secara umum daya saing adalah suatu kemampuan dari perusahaan atau bidang industri yang bertujuan untuk menunjukkan keunggulan-keunggulan daam bidang tertentu, dengan cara menunjukkan situasi serta kondisi yang menguntungkan, hasil kerja yang lebih unggul jika dibandingkan dengan industri di perusahaan lainnya. Sehingga faktor utama dalam suatu persaingan adalah keunggulan.⁹

c. Pasar Modern

Pasar Modern adalah pasar yang didirikan oleh pemerintah, pihak swasta, maupun koperasi dalam bentuk supermarket, mall, departement store, minimarket, dan shopping center yang dimana pengelolaannya diatur secara modern, serta memiliki prinsip mngutamakan pelayanan kenyamanan konsumen dalam berbelanja dengan managemen berada

⁸ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hal. 172.

⁹ Rulyanti Susi Wardhani, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkal Pinang", *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, hal. 72.

dalam satu tanga, memiliki modal yang relatif kuat, dan setiap produk yang dijual dilengkapi dengan label harga.¹⁰

d. Etika Bisnis Islam

Etika merupakan istilah yang berasal dari Yunani Kuno, yaitu Ethos yang dapat diartikan sebagai kebiasaan, karakter, watak, perasaan, serta cara berpikir seseorang. Sedangkan etika bisnis adalah keputusan yang baik atau etis yang diambil dan diterapkan oleh para pelaku bisnis. Sedangkan etika Islam adalah suatu ilmu yang menentukan kebebasan manusia untuk melakukan di muka bumi ini. Terdapat batasan-batasan dalam kebebasan manusia tersebut karena apabila tidak terdapat batasan maka berarti manusia akan menyaingi penciptanya.

Etika Bisnis Islam adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.¹¹

2. Definisi Operasional

Secara operasional yang dimaksud dengan analisis SWOT pada dBelga Mart Tulungagung dalam upaya peningkatan daya saing pasar modern ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam adalah suatu analisis strategi yang disusun untuk dapat meningkatkan persaingan yang sedang dihadapi oleh

¹⁰ Rusham, "Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kabupaten Bekasi", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Dan Kewirausahaan "Optimal"*, Vol. 10, No. 2, 2016, hal. 157.

¹¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hal. 20.

dBelga Mart Tulungagung menggunakan metode analisis SWOT dengan memperhatikan batasan-batasan etika bisnis Islam.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Pembahasan skripsi ini terdiri dari 6 bab, yaitu :

Bab I Pendahuluan.

Pendahuluan merupakan bab pertama yang mengantarkan pembaca untuk mengetahui permasalahan topik penelitian, alasan, dan pentingnya suatu karya tulis. Bab pendahuluan terdiri dari (a) latar belakang, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) batasan masalah, (e) manfaat penelitian, (f) penegasan istilah, (g) sistematika penulisan.

Bab II Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan landasan teori yang menjelaskan tentang beberapa pokok teori yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Pokok teori tersebut bisa didapatkan dari berbagai sumber pustaka. Bab kajian pustaka terdiri dari (a) kajian faktor pertama, (b) kajian faktor kedua dan seterusnya, (c) hasil penelitian terdahulu, (d) kerangka berpikir teoritis atau paradigmatis.

Bab III Metode Penelitian

Metode penelitian menjelaskan mengenai (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, (h) tahap-tahap penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian

Hasil penelitian berisi tentang pemaparan (a) data, b (temuan penelitian), (c) analisis data.

Bab V Pembahasan

Pembahasan berisi tentang analisis dengan cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.

Bab VI Penutup

Penutup berisi tentang (a) kesimpulan, (b) saran atau rekomendasi.