

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan dengan potensi kekayaan alam yang sangat melimpah. Kekayaan alam dan keberagaman bangsa Indonesia menjadi sebuah peluang berharga untuk membangun kepariwisataan Indonesia agar lebih bergairah di mata dunia. Kebudayaan dan keindahan alam yang dimiliki Indonesia merupakan aset yang berharga karena mampu menarik wisatawan nusantara maupun mancanegara untuk datang berkunjung menikmati keindahan alam maupun mempelajari keanekaragaman kebudayaan Indonesia. Pariwisata saat ini telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat di berbagai lapisan bukan hanya kalangan tertentu saja, sehingga dalam penanganannya harus dilakukan dengan serius dan melibatkan pihak-pihak yang terkait, selain itu untuk mencapai semua tujuan pengembangan pariwisata, harus diadakan promosi agar potensi dan daya tarik wisata dapat lebih dikenal dan mampu mengerahkan calon wisatawan untuk mengunjungi dan menikmati tempat wisata tersebut.¹

Kepedulian dan komitmen, serta peran pemerintah dalam upaya pemberdayaan masyarakat di bidang kepariwisataan telah diatur dan tertuang dalam UU No. 10 tahun 2009 pengganti UU No. 9 tahun 1990

¹ F. Ramadhan. *Potensi Wisata Bahari Indonesia*, (Yogyakarta: Damar Media 2019). hlm 5

tentang kepariwisataan yang menyebutkan bahwa dampak yang diakibatkan dari pengembangan pariwisata berupa peningkatan kesejahteraan masyarakat, pengurangan angka kemiskinan dan pengangguran, serta pelestarian lingkungan.² Salah satu wujud nyata dari upaya pemerintah untuk memajukan kepariwisataan di Indonesia yaitu dengan mencanangkan program Visit Indonesiapada tahun 2007, sebagai upaya mempromosikan destinasi pariwisata Indonesia kepada wisatawan mancanegara maupun lokal. Di samping itu, Gerakan Sadar Wisata dan Aksi Sapta Pesona Wisata merupakan satu diantara sepuluh program prioritas Kementerian Pariwisata (KEMPAR) tahun 2017 sebagai upaya meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia di ranah persaingan global.

Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal, regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut. Daerah tujuan wisata akan selalu memperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak. Apabila daerah tersebut pariwisatanya berkembang dengan baik, maka dengan sendirinya akan memberikan dampak positif bagi daerah itu, dan dapat memberikan lapangan kerja yang cukup luas bagi penduduk setempat. Selain itu, dengan adanya pengembangan wisata menjadi salah satu motivasi wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata tersebut. Untuk itu di suatu daerah wisata harus menyajikan atau membangun beberapa obyek dan atraksi wisata yang menarik, agar wisatawan selalu berminat untuk mengunjungi daerah wisata tersebut. Tidak hanya obyek dan atraksi wisata yang menarik melainkan juga harus mengembangkan produk-produk baru. Pembangunan kepariwisataan memerlukan keterlibatan peran serta masyarakat, dan diarahkan untuk memacu peningkatan daya saing global dan pemasukan devisa,

² Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, Bab II, Pasal 4.

peningkatan citra pariwisata Indonesia disertai pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat.

Dalam pengembangan pariwisata pastilah mempunyai tantangan, tantangan utama terkadang terdapat pada ketersediaan sumberdaya manusia (SDM) dengan kemampuan manajerial yang baik, karena meskipun kita memiliki sumberdaya yang sangat melimpah jika tidak di barengi dengan kualitas SDM yang memadai maka tidak akan bermakna besar. Memaksimalkan pengembangan pariwisata memerlukan usaha keras dan kerjasama dari pemerintah baik pusat maupun daerah, masyarakat lokal, serta para investor. Keragaman budaya yang dimiliki Indonesia di berbagai wilayah juga harus disosialisasikan agar tetap terjaga, dan tidak terjadi kesalah pahaman antara wisatawan asing dengan masyarakat lokal. dalam hal sosialisasi menjadi tanggung jawab bersama baik pemerintah maupun masyarakat lokal akan tetapi pemerintah mempunyai tanggung jawab untuk membuat sebuah peraturan pada tempat wisata guna untuk menjaga kelestarian alam dan lingkungan di lokasi wisata. Sebab, apabila kelestarian alam dan lingkungan terjaga maka akan memberikan dampak yang sangat baik bagi keberlangsungan tempat wisata itu sendiri.³

Menurut Goeldner & Ritchie pengertian pariwisata adalah suatu proses aktifitas dan outcomes dalam bentuk hubungan dan interaksi antara wisatawan, penyedia jasa, pemerintah dan lingkungan sekitarnya yang terlibat untuk mendatangkan wisatawan ke tempat wisata. Pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain.⁴ Menurut Undang-undang

³ *Ibid.* hlm 11

⁴ Marhanani Tri Astuti: "Potensi Wisata Olahraga dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan" *Jurnal Kepariwisata Indonesia*. Vol. 10 No. 1 2015 hlm 32 (diakses pada tanggal 23 Juli 2020 pukul 21.40)

kepariwisataan No. 10 Tahun 2009, Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud tidak mencari nafkah di tempat yang di kunjungi tapi hanya semata untuk menikmati perjalanan tersebut untuk mencapai sebuah kepuasan.⁵

Wisatawan mempunyai bagian yang beragam, miskin-kaya, asing-nusantara, tua-muda, dari semua itu mempunyai keinginan dan harapan yang berbeda terhadap wisata. Dengan adanya pariwisata kita bisa lebih mengenal tentang bangsa, adat istiadat, kebudayaan dan sekaligus dapat menikmati keindahan alam yang terdapat di negara sendiri maupun negara lain. Pengembangan pariwisata memiliki kekuatan penggerak perekonomian yang sangat luas tidak semata-mata terkait dengan peningkatan kunjungan wisatawan, namun yang lebih penting lagi adalah dalam hal pengembangan pariwisata yang mampu membangun semangat kebangsaan dan apresiasi terhadap kekayaan seni budaya bangsa.⁶

Wisatawan mempunyai bagian yang beragam, miskin-kaya, asing-nusantara, tua-muda, dari semua itu mempunyai keinginan dan harapan yang berbeda terhadap wisata. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kedatangan wisatawan pada suatu obyek wisata, yang pertama adalah faktor irrasional (dorongan bawah sadar) yang meliputi lingkup pergaulan dan ikatana keluarga, tingkah laku prestise, pengaguman pribadi, perasaan-perasaan keagamaan, hubungan masyarakat dan promosi pariwisata, iklan dan penyebaran serta kondisi ekonomi (pendapatan dan biaya). Sedangkan faktor yang kedua merupakan faktor rasional, meliputi sumber-sumber wisata, fasilitaswisata, kondisi lingkungan, susunan kependudukan, situasi politik dan keadaan geografis. Masyarakat mempunyai peranan penting dalam meningkatkan dunia pariwisata.

⁵ F. Ramadhan "Potensi Wisata Bahari Indonesia", Damar Media: Yogyakarta 2019. hlm 7

⁶ *Ibid.* hlm 5

Kemajuan pariwisata harus diimbangi dengan kemajuan perekonomian masyarakat. Pemberdayaan menjadi tolak ukur keberhasilan pariwisata Indonesia, jadi perlunya peningkatan pariwisata dengan meningkatkan partisipasi masyarakat adalah dengan cara meningkatkan kemajuan daerah wisata. Beberapa motif wisatawan untuk pergi ke suatu tempat wisata yaitu ekspektasi terhadap tempat wisata, ekonomi, karakteristik social, budaya, minat dan sebagainya.⁷

Provinsi Jawa Timur sendiri memiliki banyak wisata alam, wisata alam tersebut berupa gunung, danau, air terjun dan pemandian. Setiap objek wisata alamnya memiliki kelebihan tersendiri dan patut untuk dipublikasikan. Wisata budaya juga mempunyai peran dalam mendorong perkembangan pariwisata di provinsi Jawa Timur. Tempat wisata di Jawa Timur memiliki potensi yang cukup besar untuk di kembangkan. Potensi objek pariwisata yang dimiliki oleh Provinsi Jawa Timur dapat memberikan kontribusi pertumbuhan ekonomi untuk Provinsi Jawa Timur. Berikut adalah jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Provinsi Jawa Timur dari tahun 2014-2019:⁸

Tabel 1.1

Tabel Kunjungan Wisman di Jawa Timur 2014-2019

Tahun	Jumlah kunjungan
2014	217.193
2015	200.851
2016	220.570

⁷ Sopyan. Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. hlm. 32. (diakses pada tanggal 12 Agustus 2020 pukul 09.37)

⁸ Statistik pariwisata provinsi jawa timur 2019. hlm 21

2017	247.166
2018	320.529
2019	243.530

Sudah banyak tempat wisata yang mulai terlihat di Provinsi Jawa Timur, akan tetapi masih banyak pula lokasi wisata yang belum di *explore* maupun di kembangkan dengan baik, sehingga masih banyak tempat wisata yang sepi dari wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada Kabupaten Trenggalek. Kabupaten Trenggalek merupakan sebuah kabupaten yang memiliki banyak sekali destinasi wisata dan budaya yang sangat indah. Pusat pemerintahannya berada di Kecamatan Trenggalek yang berjarak 180 km dari Surabaya, Ibu Kota Provinsi Jawa Timur. Kabupaten ini menempati wilayah seluas 1.205,22 km². Letaknya di pesisir pantai selatan dan mempunyai batas wilayah sebelah utara dengan Kabupaten Ponorogo; sebelah timur dengan Kabupaten Tulungagung, dan sebelah barat dengan Kabupaten Pacitan. Kabupaten Trenggalek yang terdiri dari 14 kecamatan yaitu: Bendungan, Dongko, Durenan, Gandusari, Kampak, Karang, Munjungan, Panggul, Pogalan, Pule, Suruh, Kota Trenggalek, Tugu, dan Watulimo. Berikut ini adalah peta wisata Kabupaten Trenggalek.⁹

Gambar 1.2

⁹ <http://visit.trenggalekkab.go.id/peta-wisata/peta-wisata-trenggalek/> (diakses 13 agustus 2020 pukul 16.25)

Peta Wisata Kabupaten Trenggalek



Kabupaten Trenggalek memiliki potensi alam dan tempat wisata yang sangat banyak ada sekitar 56 tempat wisata di trenggalek, akan tetapi yang lebih banyak dikenal oleh masyarakat yaitu Trenggalek dengan wisata pantainya. Diantaranya yaitu Pantai Prigi, Pantai Karanggongso, Pantai Damas, Pantai Blado, Pantai Simbaronce, Pantai Mutiara, Pantai Cengkong, Pantai Prahurimak, Pantai Mukus, Pantai Ngulungwetan, Pantai Rajaan, Pantai Kapulogo, Pantai Ngadipuro, Pantai Slah Kulon, Pantai Ngampiran, Pantai Tirisan, Pantai Konang, Pantai Kili-kili, Pantai Pelang, hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Trenggalek memiliki potensi wisata yang cukup besar. Pengembangan wisata di Kabupaten Trenggalek masihlah belum optimal, sehingga kunjungan wisatawan masih terfokus pada satu tempat saja meskipun lokasi pantai tersebut saling berdekatan. Untuk mengoptimalkan potensi yang ada diperlukan suatu arahan yang bertujuan untuk mengembangkan sektor wisata dengan memadukan sejumlah potensi yang ada dalam satu kawasan agar wisatawan tertarik berkunjung. Kurangnya investor menjadi masalah dalam pengembangan wisata dengan beranekaragam fasilitas. Akan tetapi pemerintah juga mempunyai peran yang cukup besar dengan membuat sebuah peraturan-peraturan yang di tujuikan untuk pengembang wisata, sehingga dalam pengembangan wisata tidak merusak alam ataupun mencemari lingkungan. Peran pemerintah tidak hanya untuk membuat peraturan saja, akan tetapi pemerintah di

haruskan untuk mencari investor lokal maupun asing karena hanya pemerintah saja yang mempunyai wewenang tersebut.

Objek penelitian yang saya ambil adalah wisata Pantai Prigi. Alasan saya mengambil obyek penelitian di Pantai Prigi adalah Pantai Prigi sendiri mempunyai karakteristik dengan panjang pantainya yaitu 2,5 km dan merupakan salah satu pantai yang bersih dan dengan pemandangan yang indah, yang mempunyai potensi cukup besar untuk dikembangkan. Selain terdapatnya berbagai sumber daya alam yang ada, terdapat juga sumber daya buatan seperti halnya rumah apung, kerambah ikan, tambak udang galah yang ada di kawasan pantai prigi sehingga menjadikan pantai prigi sebagai daerah tujuan wisata yang layak di kunjungi.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek dalam meenerapkan strategi 4-P berupa *product, price, place and promotion*. Produk (*product*) yang berupa Pantai Prigi adalah ikon dari pariwisata Kabupaten Trenggalek. Biaya (*price*) yang diperlukan agar bisa berkunjung tidaklah mahal yaitu Rp7000 pada hari biasa dan Rp10.000 untuk hari libur. Distribusi (*place*) yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Trenggalek lebih tertuju pada pemberian fasilitas yang paling diperlukan oleh wisatawan. Promosi (*promotion*) yang dilakukan lebih tertuju menggunakan media-media internet karena lebih memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi.

Pada tahun 2012 jumlah pengunjung Pantai Prigi mencapai 72.846 orang. Tahun 2013 jumlah pengunjung Pantai Prigi mengalami peningkatan 88.374 orang. Pada tahun 2014 jumlah pengunjung pantai Prigi 82.211 orang. Tahun 2015 jumlah pengunjung Pantai Prigi mencapai 90.251 orang. Pada tahun 2016 jumlah pengunjung Pantai Prigi 77.259. Lalu pada tahun 2017 jumlah pengunjung Pantai Prigi mencapai 98.450 2018.¹⁰ Dari data tersebut dapat

¹⁰ Sumber : Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek 2019

diketahui dalam kurun waktu tiga tahun terdapat 1.858.439 jiwa pengunjung obyek wisata pantai prigi dan setiap tahunnya mengalami peningkatan pertumbuhan kunjungan wisatawan. Dengan rata-rata peningkatan setiap tahunnya sebesar 619.480 jiwa. Jumlah wisatawan terendah terdapat pada tahun 2015 dengan jumlah wisatawan 584.414 jiwa dan jumlah wisatawan terbesar terjadi pada tahun 2017 dengan jumlah wisatawan 677.178 jiwa.

Peningkatan jumlah pengunjung tersebut tidak terlepas dari kontribusi Pemerintah Daerah yang gencar untuk mempromosikan potensi wisata di Kabupaten Trenggalek. Dengan potensi alam dan keindahan pemandangan alamnya. Obyek wisata di Kabupaten Trenggalek khususnya Pantai Prigi sangat diharapkan dapat memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pendapatan Pariwisata di Kabupaten Trenggalek pada tahun 2015 sebesar 5.915.720.900, tahun 2016 sebesar 6.172.369.250, tahun 2017 sebesar 7.123.013.500, tahun 2018 sebesar 7.312.820.500.¹¹ Keberadaan suatu obyek wisata kurang berdaya atau tidak dapat berkembang sesuai tujuan yang diharapkan apabila Pemerintah Daerah Kabupaten Trenggalek sebagai pihak pengelola tidak berupaya untuk mengelolanya dengan baik. Dalam hal ini terutama faktor-faktor penunjang obyek wisata seperti daya tarik, sarana dan prasarana serta promosi sebagai salah satu strategi pemasaran harus ditingkatkan guna menarik wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Prigi.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Implementai Strategi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek dalam Meningkatkan Wisatawan di Pantai Prigi”.

¹¹ *Ibid*

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dari latar belakang di atas yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

1. Implementasi strategi pemasaran yang dijalankan oleh Disparbud Trenggalek masih bertahap.
2. Informasi yang disampaikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek masih belum optimal dalam menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke Pantai Prigi, sehingga diperlukan strategi yang lebih baik lagi.

C. Fokus Penelitian

1. Bagaimana implementasi strategi pemasaran yang di terapkan oleh Disparbud Trenggalek?
2. Bagaimana dampak implementasi strategi pemasaran yang diterapkan Disparbud Trenggalek dalam menarik minat wisatawan?
3. Bagaimana kendala dan solusi dari implementasi strategi pemasaran Disparbud Trenggalek?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah di jelaskan di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisa strategi pemasaran yang di terapkan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek untuk pantai prigi

2. Untuk mengetahui dampak implementasi dari strategi pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek
3. Untuk mengetahui kendala dan solusi dari implementasi strategi pemasaran Disparbud Trenggalek

E. Batasan Masalah

Agar terhindar dari pelebaran pokok permasalahan dan penyimpangan isi maka di butuhkan suatu Batasan masalah, hal ini juga di maksudkan agar penelitian yang di laksanakan lebih terarah. Penelitian ini memberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Ruang lingkup pembahasan hanya terkait strategi pemasaran yang di terapkan oleh Disparbud Kabupaten Trenggalek untuk pantai prigi
2. Informasi yang disajikan yaitu Langkah strategi pemasaran, dampak, kendala dan solusi dari implementasi strategi pemasaran Disparbud Kabupaten Trenggalek di pantai prigi.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang berjudul “Implementasi Strategi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek Dalam Meningkatkan Wisatawan Di Pantai Prigi” ini memiliki manfaat antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang berlangsung bisa memberikan sumbangan pemikiran terhadap industri pariwisata untuk terus berkembang dengan memperhatikan wisatawan dalam hal kecintaannya terhadap kualitas produk wisata, kepercayaan terhadap tempat wisata akan memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan melalui penerapan strategi pemasaran 4-P (*product, price, place and promotion*). Khususnya pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek dalam mempertahankan kualitas Pantai Prigi dengan

pemilihan yang cermat apa saja yang menjadi kebutuhan wisatawan yang selanjutnya dijadikan acuan untuk pengembangan produk atau fasilitas Pantai Prigi agar tetap dikunjungi oleh wisatawan.

2. Manfaat Praktis

Adapun kegunaan secara praktis penelitian ini antara lain :

a. Bagi Akademisi

Penelitian ini bisa untuk sebagai bahan kajian atau sebagai bahan masukan untuk kedepannya serta sebagai sumbangsih perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung dan menyumbangkan hasil penelitian yang bisa bermanfaat bagi pembaca.

b. Bagi Lembaga dan Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu untuk dijadikan bahan masukan sebagai perbaikan dan menjadi informasi tambahan terkait pelaksanaan strategi pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan wisatawan khususnya Pantai Prigi.

c. Bagi Peneliti yang akan datang

Penelitian ini diharapkan bisa untuk penambang ilmu pengetahuan juga bisa dijadikan bahan materi untuk untuk referensi dalam melakukan penelitian dimasa mendatang terkait judul yang diambil dari penelitian ini.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi secara konseptual:

a. Implementasi

Implementasi merupakan sebuah tindakan atau bisa juga di sebut pelaksanaan sebuah rencana yang telah tersusun secara terarah dan juga terperinci. Nurdin Usman juga menjelaskan bahwa implementasi tidak hanya berupa aktivitas semata, namun juga kegiatan yang telah direncanakan guna tercapainya tujuan dari kegiatan tersebut.¹²

b. Strategi

Strategi merupakan sesuatu yang dimiliki sebuah perusahaan yang bertujuan untuk keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang dengan mengupayakan penggunaan semua sumber daya yang mempunyai perananan penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam mensukseskan sebuah strategi sebuah perusahaan sangatlah dibutuhkan sebuah pemahaman yang baik tentang konsep-konsep strategi dan konsep lainnya.¹³

c. Pemasaran

Pemasaran yaitu sebuah kegiatan perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnis dengan menentukan tentang harga, promosi, dan distribusi dari barang-barang yang di produksi oleh perusahaan sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen saat ini maupun yang akan datang.¹⁴

2. Definisi secara operasional:

Secara operasional yang dimaksud dengan Implementasi Strategi Pemasaran adalah dengan adanya Implementasi Strategi Pemasaran yang tepat dan benar maka akan memiliki dampak yang cukup baik, sehingga bisa dipastikan jumlah wisatawan yang akan berkunjung di Pantai Prigi Trenggalek akan mengalami peningkatan setiap tahunnya.

¹² Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, (Jakarta: Grasindo, 2002), hlm 70.

¹³ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia, 2006) hlm 3-7

¹⁴ Sirod Hantoro, *Kiat Sukses Berwirausaha*, (Yogyakarta: Adicita karya nusantara, 2005) hlm. 12

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar penulisan skripsi lebih sistematis dan sesuai dengan pokok permasalahan, maka pembahasan dibagi menjadi 6 bab. Oleh karena itu diperlukan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang berisikan latar belakang, identifikasi masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang kajian fokus penelitian, hasil penelitian terdahulu, kerangka teori.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam rangka mencapai hasil penelitian yang diharapkan. Terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan paparan penemuan data dan hasil penelitian yang diperoleh, melalui pertanyaan-pertanyaan atau wawancara. Sehingga dalam bab ini merupakan penyajian paparan data dari lapangan atau gambaran

umum obyek penelitian yang telah disusun secara sistematis agar mudah dipahami.

BAB V : PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang analisis dengan cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisikan penutup yaitu kesimpulan dan saran yang dihasilkan dari keseluruhan pembahasan yang telah disampaikan. Kemudian dilengkapi dengan daftar pustaka.