

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha kepuasan pelanggan menentukan dengan signifikan efektifitas perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya, sama halnya dalam dunia perbankan dimana persaingan antar bank termasuk sangat ketat dimana banyak sekali faktor yang mempengaruhi keputusan kepuasan pelanggan. Karena persaingan pada perusahaan bidang jasa tidak hanya pada penjualan produk yang sesuai dengan target dan semata untuk mendapatkan laba, namun, lebih ditekankan pada layanan yang baik terutama pada sektor perbankan. Pelayanan harus diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, pelayanan juga merupakan faktor yang dapat dijadikan perusahaan untuk menjaga loyalitas nasabah. Secara sederhana istilah pelayanan dapat didefinisikan sebagai “melakukan sesuatu untuk orang lain”.²Pelayanan dapat juga diartikan setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur penting dalam penilaian nasabah terhadap perusahaan. Karyawan yang memberi pelayanan dengan

² Fandy Tjiptono, *Service Management : mewujudkan layanan prima*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), hlm.1

sikap jujur, rendah hati, dapat dikatakan sebagai pelayanan berkualitas³ menurut Othman dan Owen⁴ ada beberapa alasan pentingnya kualitas pelayanan pada bank syariah. Pertama, produk dan pelayanan bank syariah bisa diterima sebagai produk dan pelayanan yang berkualitas tinggi oleh nasabah. *Itqan*, yaitu dapat berarti dapat memberikan hasil yang terbaik dengan keuntungan dan kepuasan nasabah sehingga memberikan komentar positif dari nasabah. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting dalam keberhasilan suatu bank sebagai perusahaan jasa dan pada saat ini kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan yang baik telah menjadi komitmen. Perusahaan dituntut untuk tidak hanya menghasilkan produk-produk tetapi juga dituntut untuk meningkatkan kinerja dan kualitas mutu pelayanan bagi masyarakat dan nasabah. Oleh karena itu sebaiknya perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas. Menurut Royne kualitas pelayanan menjadi komponen utama karena produk-produk utama bank yaitu kredit merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan pelayanan bank mudah ditiru. Oleh karenanya kualitas bank bukan hanya ditentukan akan produk bank itu sendiri, pelayanan yang bermutu bagi kepada nasabah menjadi nilai utama bagi bank tersebut. Kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas

³ Rafidah, “Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah”, (*Jurnal Nalar Fiqh*, Vol 10 No. 2 Desember 2014), Hal. 115

⁴ *Ibid...*118

pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diharapkan. Agar dapat bersaing di dalam dunia usaha maka perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Ketika melakukan pelayanan yang memuaskan pelanggan hendaknya perusahaan menggunakan strategi pelayanan. Pada dasarnya strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa mengikat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan. Dengan demikian strategi selalu dimulai dari apa yang terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi⁵. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya bank harus memiliki kriteria kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal. Menurut Kotler disebut dengan service Quality (SERVQUAL), diantaranya adalah bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*). Empati (*emphaty*). Bukti langsung dapat dilihat dari fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi, kehandalan dapat dilihat dari kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Daya tanggap dapat dilihat dari keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Jaminan mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Empati

⁵ Husein Umar, "Desain Penelitian Manajemen Strategik" (Jakarta: Raja Grafindo, 2010) hal. 17

meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.⁶ Pelayanan dan kinerja produk sangat diperhatikan oleh nasabah untuk memperoleh kepuasan. Konsumen dapat menyimpulkan dengan memberikan harapan dan asumsi. Jika pelayanan dan kinerja produk tidak sesuai harapan, maka konsumen tidak puas. Jika pelayanan dan kinerja produk sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas. Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang pelanggan sering kali melihat dari nilai lebih dari suatu produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari sebuah proses pembelian produk (jasa). Besarnya nilai lebih yang diberikan oleh sebuah produk (jasa) kepada pelanggan tersebut merupakan jawaban dari pertanyaan tentang mengapa seorang pelanggan menentukan pilihannya. Pelanggan pada dasarnya mencari nilai terbesar yang diberikan suatu produk. Hal ini ditujukan agar pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan kepada nasabah dan menimbulkan kesetiaan nasabah atau loyalitas nasabah.

Schiffman et al, mengatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen dari seorang pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang diukur dengan pembelian ulang atau *attitudinal commitment*. Loyalitas dapat terjadi dalam dua bentuk yaitu *behavioral* dan *attitudinal loyalty*⁷. Menurut Zulkarnain, loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan, kepatuhan atau loyalitas, karakteristik

⁶ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management Edisi Revisi*, (Yogyakarta: ANDI, 2001) hal. 27-28

⁷ Muhammad Adam, "*Manajemen Pemasaran Jasa*" (Bandung : ALFABETA, 2015) hal. 60

loyalitas dibagi menjadi empat karakter yaitu, konsumen melakukan pembelian ulang secara teratur, konsumen membeli produk-produk lain yang ditawarkan produsen, konsumen merekomendasikan ke teman-temannya, konsumen tidak mudah beralih ke produk pesaing.⁸ Loyalitas nasabah tidak terjadi tiba-tiba tetapi ada beberapa faktor yang menjadikan mereka loyal. Perusahaan perlu menciptakan nilai untuk pelanggan agar mereka loyal, hasil riset menyebutkan bahwa *relationship* dapat menciptakan nilai bagi pelanggan individual melalui faktor-faktor seperti menginspirasi keyakinan diri yang lebih besar, menawarkan *social-benefit* dan memberikan *special treatment*, hal penting yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah bagaimana memperlakukan pelanggan dengan kebutuhan berbeda dengan perlakuan berbeda sehingga perusahaan dapat mencapai pelanggan yang loyal.⁹

Kondisi persaingan di sektor perbankan semakin ketat sehingga membuat masing-masing bank dituntut untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing agar mampu untuk bertahan dan berkembang. Menjaga hubungan baik dengan nasabah juga dapat menjadikan nilai tambah bagi bank tersebut. Loyalitas nasabah merujuk pada komitmen seorang nasabah untuk tetap setia menggunakan jasa suatu bank dalam jangka waktu tertentu. Seorang nasabah yang loyal akan *repeat*, yaitu melakukan pembelian ulang atau memperbanyak simpanan dalam waktu mendatang; *retention*, yaitu tidak terpengaruh oleh barang atau jasa yang ditawarkan pihak lain; *referral* yaitu memberitahukan

⁸ Tanzi Faiz Turuis, et. All., *Jurnal riset Bisnis dan Manajemen* vol 7, No 4 edisi Khusus 2019) hal. 459

⁹ *Ibid.*, hal. 61

hal-hal positif kepada pihak lain.¹⁰ Tentu dalam hal ini petugas *frontliner* memiliki peran krusial dalam pemberian pelayanan yang baik terhadap nasabah. Adapun peran dari *frontliner* antara lain memberikan pelayanan di awal nasabah, berinteraksi langsung dengan nasabah maupun calon nasabah. Tugas *frontliner* secara garis besar terdiri dari *security* yang bertugas memberikan pelayanan di awal nasabah akan masuk ke dalam *banking hall* setelah nasabah memberikan maksud dan tujuannya kemudian di situlah peran *frontliner* dalam memberikan informasi berkaitan dengan *funding* dan *financing*, adapun *teller* yang bertugas melayani transaksi keuangan nasabah serta *customer service* yang menjadi gerbang terdepan melayani nasabah bank secara spesifik, sehingga pelayanan *frontliner* bisa menjadi daya tarik nasabah untuk bermitra dengan bank tersebut. Selain menjadi daya tarik bagi calon nasabah, *frontliner* tentu harus memberikan pelayanan terbaiknya untuk nasabah yang telah lama bermitra dengan lembaga perbankan tersebut. Sehingga lembaga perbankan tersebut dapat mempertahankan kepuasan dari nasabah yang sudah lama bermitra.

Implementasinya *frontliner* harus bisa mempelajari perilaku konsumen secara spesifik yang bertujuan agar *frontliner* dapat mengetahui tingkah laku, kebiasaan, serta karakteristik konsumen. Berdasarkan informasi tersebut, *frontliner* harus menyusun strategi dan program loyalitas untuk memenuhi dan memuaskan seluruh kebutuhan serta keinginan pelanggan. Efektifitas sistem

¹⁰ Soegeng Wahyoedi dan Saparsi, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah* (Yogyakarta: Deepublish, 2019) Hal. 7

pelayanan menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap bank dan produk-produknya. Produk-produk dan jasa perbankan yang ditawarkan mungkin relatif sama, tetapi perbedaan dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank dalam melayani nasabah. Dunia perbankan menyadari betapa pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan nasabah bagi keberhasilan bisnis bank.¹¹ Oleh karena itu, layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan berakhir dengan kepuasan pelanggan, serta persepsi positif terhadap kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi produk (baik barang / jasa) yang menilai tingkat kualitas layanan sebuah perusahaan. Tantangannya, penilaian konsumen terhadap kinerja suatu layanan yang diterima bersifat subyektif, karena tergantung persepsi masing-masing individu.¹²

Jika ditarik mundur kebelakang lahirnya perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya bank Muamalat Indonesia pada 1991. Ditandai dengan UU No 7 Tahun 1992. Pada tahun 1998 Pemerintah kemudian membuat peraturan untuk menyempurnakan UU sebelumnya yakni UU No. 10 Tahun 1998 yang secara tegas menjekaskan bahwa terdapat dua sistem dalam perbankan di tanah air (*dual banking system*). Hal ini disambut baik oleh pelaku industri perbankan dengan didirikannya beberapa bank islam yakni, Bank IFI,

¹¹ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) hal. 178

¹² Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Alfabeta, 2012) hal. 157

Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, dll. Hal ini terjadi karena potensi pasar yang besar karena Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar sehingga potensi ini dapat dimanfaatkan agar Indonesia menjadi kiblat pengembangan keuangan syariah. Untuk menjadi pilar baru kekuatan ekonomi nasional dan mendorong Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah global, Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Erick Thohir menyatakan rencana penggabungan atau merger bank syariah BUMN, pasalnya total asset bank syariah BUMN akan meningkat dan menjadi yang terbesar di Indonesia. Tiga bank tersebut digabungkan adalah BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. Merger atau penggabungan bank diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 1999, UU Perseroan no 40 Tahun 2007 dan UU Perbankan Syariah No 21 Tahun 2008.¹³ Tentu penggabungan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai bagi pemegang saham, tak hanya itu merger ini juga meningkatkan nilai bagi pemangku kepentingan lain seperti industri perbankan syariah, dunia usaha, pengelolaan dana haji dan pengembangan ekosistem ekonomi syariah dengan tujuan utamanya adalah untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat keuangan syariah dunia. Bank Syariah Indonesia resmi mengantongi izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Tepatnya tanggal 27 Januari 2021 perizinan membentuk BSI Keluar, tercantum dalam surat dengan nomor SR-3/PB.1/2021 tentang pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam

¹³ Alif Ulfa, Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia, (*Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.2021) hal.2

PT Bank BRI Syariah Tbk, serta izin perubahan nama dengan Menggunakan izin usaha PT Bank BRI Syariah menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai bank hasil penggabungan.¹⁴

Survey yang dilakukan oleh Majalah Infobank bekerja sama Marketing research Indonesia (MRI) pada acara “*4th Satisfaction, Loyalty, Engagement Awards 2021*” untuk mengukur loyalitas dan kenyamanan nasabah. Disini disebutkan bahwa loyalitas dan keterikatan nasabah menjadi salah satu faktor pendukung bank dalam meningkatkan pendapatan, ujar Eko B Supriyanto Direktur riset Infobank¹⁵. Dalam survey ini dapat diketahui bahwa secara keseluruhan pada kategori Bank Umum Syariah BSI yang merupakan hasil merger 3 Bank Umum Syariah BUMN masih menduduki peringkat kedua dalam indeks loyalitas nasabah di bawah Bank Muamalat.¹⁶

Dari suvey tersebut bahwa dapat disimpulkan Peran pelayanan bagi suatu perbankan merupakan hal yang sangat penting yang karena mempengaruhi persaingan antar bank. Kondisi tersebut tentu saja menuntut Bank Syariah KC Tulungagung untuk dapat menerapkan strategi yang tepat guna menyikapi peluang dan tantangan tersebut. maka hal tersebut membawa dampak positif terhadap eksistensi dan perkembangan BSI KC Tulungagung di tengah pesatnya perkembangan industri perbankan di Indonesia. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina Masatul Mukaromah yang

¹⁴ *Ibid* hlm 3

¹⁵ Dikutip dari website [Ini Dia Bank-Bank Peraih Satisfaction Loyalty & Engagement Award 2021 | Infobanknews](#), diakses pada 14 Maret 2022

¹⁶ Hasil Survery MRI dan Infobank (SLE Award) Tahun 2021 *Tidak Diterbitkan*

menyebutkan bahwa peran pelayanan sangat berpengaruh signifikan dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah¹⁷

Pengelolaan manajemen sumber daya manusia secara professional, diharapkan pegawai bekerja secara produktif. Pengelolaan pegawai secara professional ini harus dimulai sejak perekrutan pegawai, penyeleksian, pengklasifikasian, penempatan pegawai sesuai dengan kemampuan, penataran, dan pengembangan karirnya. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kunci utama dalam memenangkan persaingan untuk adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas, sehingga jika kepuasan pelanggan tercapai maka berdampak signifikan pada loyalitas nasabah dan jika nasabah sudah loyal maka kemungkinan perusahaan dapat memenangkan persaingan yang semakin ketat. Dalam hal ini Perusahaan harus memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, karena bila tidak mereka akan meninggalkan perusahaan dan akan menjadi pelanggan bagi pesaing lain. Fokus peneliti dalam hal ini adalah strategi pelayanan yang dilakukan oleh pegawai frontliner dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Hal tersebut melatar belakangi penulis untuk menjadikannya sebagai alasan penulisan skripsi yang berjudul **“Strategi Pelayanan Pegawai *Frontliner* dalam meningkatkan**

¹⁷ Rina Masatul Mukaromah *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap Loyalitas Nasabah di BRI Syariah KCP Pati Diponegoro.* (Jakarta : Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2018 Tidak diterbitkan)

Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman.”

B. Fokus Penelitian

Dari penelitian yang berjudul strategi pegawai frontliner dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi *Reability* pelayanan yang dilakukan pegawai *frontliners* dalam meningkatkan loyalitas nasabah?
2. Bagaimana strategi *Responsiveness* pegawai frontliner Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman dalam meningkatkan loyalitas nasabah?
3. Bagaimana Strategi *Assurance* pegawai frontliner dalam meningkatkan loyalitas nasabah BSI KCP Tulungagung Sudirman?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui strategi pelayanan pegawai frontliner dalam meningkatkan loyalitas nasabah BSI KCP Tulungagung Sudirman.
2. Mengetahui kendala strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah BSI KCP Tulungagung.
3. Mengetahui upaya yang dilakukan pegawai frontliner BSI KCP Tulungagung Sudirman dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menyajikan informasi sebagai acuan dan menambah wawasan pemikiran dan pengembangan dalam bidang perbankan mengenai strategi pelayanan dan pengaruhnya pada loyalitas nasabah.

2. Secara Praktis

Ada beberapa manfaat yang penulis berikan dari penulisan ini antara lain:

a. Bagi penulis

Dapat memberikan pengertian yang mendalam mengenai strategi pelayanan pegawai frontliner pada Bank Syariah. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman baru dan meningkatkan kemampuan strategi dalam bidang pelayanan pada suatu Bank Syariah.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada bank untuk dapat lebih selektif dan efisien dalam strategi pelayanan pegawai *frontliner* pada Bank Syariah guna terciptanya nasabah yang loyal terhadap Bank itu sendiri. Manfaat yang dapat diperoleh diantaranya adalah menambah dan menunjukkan studi tentang strategi yang diterapkan untuk frontliner pada bank Syariah agar mampu meningkatkan loyalitas nasabah.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai sumber referensi bagi penelitian yang akan datang yang berhubungan dengan strategi pelayanan dalam Lembaga keuangan khususnya perbankan.

E. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan pembaca dan penulis untuk menyamakan definisi dari kata dan bisa dipahami maka penulis menegaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul yaitu sebagai berikut :

1. Konseptual

a. Strategi

strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam waktu dan ukuran. Pada sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik.¹⁸

b. Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat abstrak atau tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.¹⁹

¹⁸ B.N. Mubun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harian, 2003) hal. 340

¹⁹ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010) hal. 211

c. *Frontliner*

Frontliner merupakan suatu bagian pekerjaan di dalam sebuah perusahaan yang biasanya terdapat dalam lingkup perbankan dan jasa lainnya. Atau dapat juga diartikan sebagai suatu bagian pekerjaan di dalam dunia perbankan, dimana mereka berperan penting yakni bertatap muka langsung dengan nasabah, melayani nasabah dan bertempat dibagian terdepan.²⁰

d. *Loyalitas Nasabah*

adalah situasi dimana nasabah bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa/produk) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten.²¹

2. *Definisi Operasional*

Secara operasional, peneliti akan meneliti tentang Strategi Pelayanan pegawai frontliner dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Syariah KCP Tulungagung Sudirman. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara dengan bertanya langsung kepada responden, mengawasi dan observasi langsung pada lingkungan dan dokumentasi serta mencari data berupa catatan, transkrip dan lain sebagainya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan adalah bagian utama dari skripsi yang bertujuan untuk menghadirkan poin utama yang bersifat sistematis dan logis. Untuk mempermudah

²⁰ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 3

²¹ Andy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Andi Offset, Yogyakarta, 2000) hal. 111

penelitian dan pemahaman secara menyeluruh tentang penelitian yang akan dilakukan. secara terperinci penulis menguraikannya dalam enam bab, berikut pemaparan dari setiap bab tersebut :

Bagian awal, terdiri dari : halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

BAB I Pendahuluan Memuat mengenai pendahuluan yang terdiri dari (a) Latar belakang masalah, merupakan penjelasan mengenai problematika yang akan diteliti dan alasan kemenarikan serta urgensi masalah yang akan diteliti. (b) Rumusan masalah berisi tentang pertanyaan tentang cakupan yang akan digali dan dikaji. (c) Tujuan penelitian merupakan gambaran yang akan dituju dalam penelitian, dan kegunaan penelitian berisi penjelasan kontribusi yang akan diberikan setelah usai penelitian dan (d) sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Pustaka Dalam bab ini dipaparkan berbagai teori yang menjadi dasar penelitian, meliputi beberapa deskripsi teori, penelitian terdahulu yang relevan dengan paradigma penelitian.

BAB III : Metode Penelitian Pada bab ini terdiri atas jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data penelitian, pengecekan keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV : Hasil Penelitian Dalam bab ini dipaparkan mengenai data yang diperoleh dari lokasi penelitian, meliputi paparan data, temuan penelitian, temuan lintas kasus dan analisis tingkat kasus.

BAB V : Pembahasan. Pada bab ini berisi tentang analisis dengan cara

melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.

BAB VI : Penutup. Penutup berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran. Bagian akhir skripsi ini memuat daftar rujukan, lampiran-lampiran dan daftar Riwayat hidup peneliti.