

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan sektor perekonomian baik pedesaan maupun perkotaan telah mengakibatkan peningkatan pendapatan masyarakat. Hal ini tentunya akan meningkatkan pola kehidupan yang semakin modern dan keperluan akan nilai gizi yang tinggi terutama yang mengandung protein yang besumber dari protein hewani seperti daging, susu, telur dan ikan. Adapun salah satu sumber protein hewani yang bisa dinikmati oleh berbagai kalangan salah satunya adalah telur.

Telur merupakan sumber protein utama dan murah bagi masyarakat Indonesia, banyak yang menggemari telur seperti telur ayam ras, telur kampung, telur itik juga produk telur lainnya. Namun, dari berbagai produk telur tersebut kebanyakan telur ayam ras yang paling diminati untuk keperluan rumah tangga maupun lainnya dibanding dengan telur itik dan telur kampung. Hal ini dikarenakan jumlah telur itik dan ayam kampung sedikit dipasaran dan harga yang mahal sedang permintaan masyarakat yang tinggi maka masyarakat lebih memilih telur ayam yang lebih murah dengan jumlah yang banyak. Permintaan yang besar merupakan peluang usaha yang tinggi bagi peternak ayam petelur untuk mengembangkan usaha.<sup>2</sup>

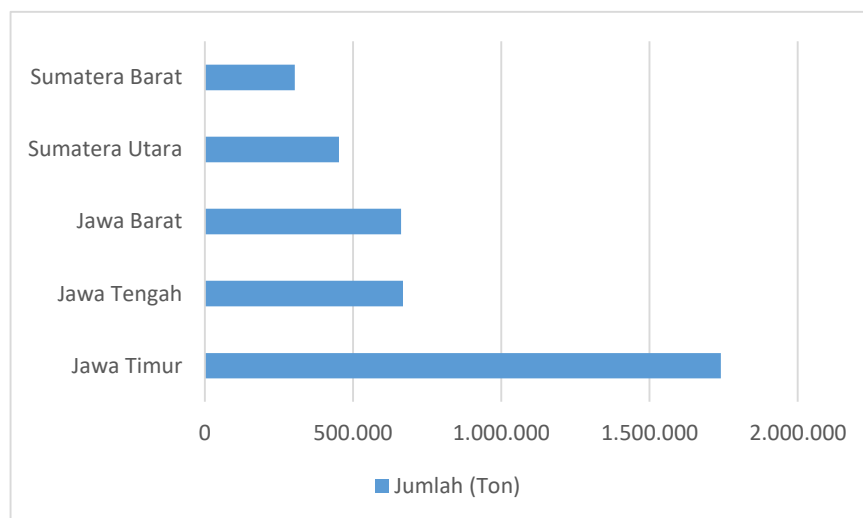
---

<sup>2</sup> Arif Muhamad Nawawi and S R I A Y U Andayani, 'Analisis Usaha Peternakan Ayam Petelur (Studi Kasus Pada Peternakan Ayam Petelur Cihaur , Maja , Majalengka , Jawa Barat) Jenis Dan Sumber Data', *Jurnal Pertanian Dan Peternakan*, 5.4 (2017), 15–29 <<https://www.unma.ac.id/jurnal/index.php/AG/article/viewFile/601/567>>.

Industri perunggasan memiliki nilai strategis khususnya dalam penyediaan protein hewani untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri dan peluang ekspor, di samping peranannya dalam memanfaatkan peluang kesempatan kerja. Saat ini diperkirakan terdapat sekitar 2,5 juta tenaga kerja yang dapat diserap oleh industri perunggasan, disamping mampu memberikan lapangan pekerjaan bagi 90 ribu peternak yang tersebar di seluruh Indonesia.

### Gambar 1.1

#### Provinsi dengan Produksi Telur Terbesar di Indonesia



Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2021

Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan produksi telur ayam mencapai 5,16 juta ton pada tahun 2021, menandai peningkatan 0,28% dari setahun sebelumnya. Jawa Timur menjadi produsen telur ayam terbesar di Indonesia. Produksinya mencapai 1,67 juta ton produksi telur ayam petelur pada tahun 2021, dan menyumbang 32,47% ke total produksi nasional.

Angka produksi dari BPS memperbarui perkiraan produksi dari Kementerian Pertanian (Kementan). Pada bulan September 2021, Kementan memperkirakan produksi telur ayam Jawa Timur sebesar 1,74 juta ton. Produksi telur ayam Jawa Timur sejalan dengan populasi ayam ras petelurnya yang juga terbesar se-Indonesia, yaitu 119,56 juta ekor pada tahun 2021, menurut data BPS. Jawa Tengah mencatat produksi telur ayam terbesar kedua pada tahun 2021 sebesar 668.670,98 ton, diikuti oleh Jawa Barat, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Banten, Bali, Sumatera Selatan, Lampung dan Sulawesi Selatan. Walaupun bukan produsen telur ayam utama, Aceh mencatat pertumbuhan produksi tercepat sebesar 113,72% menjadi 8.173,91 ton pada tahun 2021 dari setahun sebelumnya. Tidak semua provinsi mencatat pertumbuhan produksi. Kalimantan Tengah, misalnya, mencatat kontraksi produksi telur ayam terdalam sebesar 49,49% menjadi 3.706,35 ton pada tahun 2021 dari tahun 2020.<sup>3</sup>

Kondisi ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap telur selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kebanyakan masyarakat memilih telur untuk memenuhi kebutuhan protein hewani keluarga, hal ini disebabkan harga telur relatif murah, banyak tersedia dan mudah ditemukan di pasar baik pedagang keliling, pasar tradisional, maupun pasar swalayan.

---

<sup>3</sup> Dzulfiqar Fathur Rahman, 'Dzulfiqar Fathur Rahman. Ini Provinsi Penghasil Telur Ayam Terbesar Di Indonesia Pada 2021. Katadata.Co.Id. diupload pada tanggal 4 Juni 2022. Diakses pada tanggal 28 September 2023. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/04/06/Ini-Provinsi-Penghasil-Telur-Ayam-Terbesar>'

Keberlangsungan suatu perusahaan dalam hal peternakan ayam ras petelur sangat ditentukan oleh keberhasilan perusahaan dalam kegiatan pemasaran. Pemasaran adalah sebuah bentuk kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan para pelaku usahadalam meningkatkan usahanya sehingga dapat berkesinambungan dan mendapatkan keuntungan. Oleh sebab itu strategi pemasaran memiliki peran yang sangat vital bagi keberhasilan suatu perusahaan. Strategi pemasaran yang akan di implementasikan harus ditinjau serta dikembangkan sesuai dengan perkembangan sebuah pasar dan lingkungan sekitar yang dimaksud.<sup>4</sup> Pemasaran tidak terlepas dari istilah *marketing mix* (bauran pemasaran). Bauran pemasaran adalah sebuah peta ide dari strategi pemasaran yang perlu dipikirkan oleh perusahaan untuk mewujudkan strategi pembeda yang telah ditentukan, yang terdiri dari 4 P (*Product, Place, Promotion and Price*).<sup>5</sup>

Penerapan *marketing mix* dalam suatu usaha, dengan efektif dan menjalankan usaha dengan sungguh-sungguh dapat meningkatkan penjualan dan usaha dapat berkembang. Meningkatkan penjualan dapat dilakukan dengan menarik banyak konsumen dan mempertahankan konsumen tersebut. Konsumen yang setia pastinya akan mengajak konsumen lain, sehingga konsumen dapat menjadi bertambah. Selain itu,

---

<sup>4</sup> Augusti Gesta Nabilla and Antje Tuasela, 'Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada DIVA Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Mika', *Kritis*, 5.2 (2021), 1.

<sup>5</sup> Buchari Alma, 'Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa (Bandung: Alfabet, 2007), 201.'

juga harus mempertahankan kualitas baik dari rasa maupun kuantitas produk.

Pemasaran dinilai berhasil dengan baik bila dalam proses pemasaran suatu produk barang atau jasa sampai ke tangan konsumen tanpa merugikan maupun menimbulkan rasa ketidakpuasan kepada kedua belah pihak, baik pihak produsen maupun pihak konsumen yang menikmati barang/jasa yang dipasarkan. Oleh karena itu setiap perusahaan berusaha menetapkan suatu strategi pemasaran yang mampu meningkatkan laba melalui peningkatan volume penjualan. Dengan demikian strategi pemasaran yang dijalankan diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan oleh perusahaan dalam memanfaatkan peluang yang ada, sehingga perusahaan tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan.<sup>6</sup>

Sektor peternakan ayam petelur harus mampu ditangani secara serius, sehingga nantinya mampu memberikan banyak manfaat bagi kebutuhan masyarakat. Dibalik keberhasilan suatu peternakan dan penjualan telur ayam terdapat pemasaran yang sangat menentukan perkembangan usaha tersebut.

Harga telur selalu berubah sesuai dengan kondisi pasar. Berbagai kendala yang dialami antara lain fluktuasi harga produk, fluktuasi sarana produksi, margin usaha rendah. Terdapat faktor kendala lain yaitu wabah

---

<sup>6</sup> Ghibson At.al, 'STRATEGI PEMASARAN TELUR AYAM RAS PETELUR PADA PERUSAHAAN BINTANG GORONTALO DI KECAMATAN PULUBALA KABUPATEN GORONTALO', 2011, pp. 1-7 <<https://repository.ung.ac.id/skripsi/show/621408052/strategi-pemasaran-telur-ayam-ras-petelurpada-perusahaan-bintang-gorontalodi-kecamatan-pulubalakabupaten-gorontalo.html>>.

penyakit, harga pakan ternak yang berubah ubah, serta tingginya persaingan pasar. Walaupun terdapat berbagai tantangan maupun hambatan, pemilik usaha harus pandai dalam mengendalikan usaha penjualan telur ayamnya. Perubahan harga telur akan selalu menjadi ancaman bagi para pelaku usaha penjualan telur ayam, karena ketidakpastian tersebut yang terkadang merugikan mereka. Harga telur bisa saja mengalami penurunan maupun kenaikan. Perlu adanya strategi yang diterapkan oleh peternak dalam mengantisipasi penurunan permintaan telur. Strategi tersebut dapat dibangun dari dalam lingkungan peternakan maupun dari luar lingkungan peternakan. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dikaji bagaimana keberlanjutan usaha ternak ayam ras petelur dengan adanya perubahan-perubahan, baik dari segi biaya produksi maupun harga jual, serta strategi apa yang dapat diterapkan pada usaha ternak ayam ras petelur.<sup>7</sup>

Permintaan telur ayam ras sesungguhnya merupakan cerminan dari jumlah telur ayam ras yang berhasil dijual oleh peternak ayam ras. Dengan demikian, maka permintaan pasti berkaitan dengan keberdayaan peternak ayam ras itu sendiri. Keberdayaan peternak adalah kemampuan peternak ayam ras dalam memperdayakan usahanya yang tercermin pada perubahan produksi telur ayam ras, pendapatan/ hasil penjualan, tenaga kerja, modal

---

<sup>7</sup> Hilmi Ariska and Dyah Pravitasari, 'Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras Di Ud. Jaya Makmur Desa Bendosari Blitar', *Juornal of Economics and Policy Studies*, 3.01 (2022), 15–26 <<https://doi.org/10.21274/jeps.v3i01.5801>>.

dan perubahan keuntungan. Perubahan tersebut dapat diketahui dengan membandingkan kondisi masa lalu dengan kondisi saat ini.<sup>8</sup>

Peternakan ini tepatnya berada di RT/02, RW/02, Dusun Pati, Desa Purworejo, Ngunut, Tulungagung. Usaha ini mulai dibangun oleh Bapak Roji pada bulan September tahun 2019. Awal memulai usaha Pak Roji hanya memelihara sekitar 2000 ekor ayam petelur dan lama-kelamaan bertambah menjadi sekitar 7000 ekor ayam sampai saat ini. Memang usahanya ini masih terbilang baru dari pada milik peternak-peternak lainnya tetapi pada saat ini sudah berkembang pesat walaupun sempat terkendala wabah Covid-19 dan PPKM pada tahun 2020. Pak Roji dalam kegiatannya dibantu 2 orang karyawan yang bernama Bapak Sopingi dan Mbak Siti Munasipah. Alasan Pak Roji hanya mempekerjakan 1 karyawan karena beliau juga ikut dalam memberi makan ayamnya.

Usaha ini mencapai omzet sekitar kurang lebih Rp. 70.000.000 perbulan. Awal beliau memulai usaha ini karena beliau sebelumnya adalah TKI yang bekerja di Negara Malaysia dan sekarang beliau memilih berfokus mendirikan usaha sendiri di rumah. Dalam pemasaran telur ayamnya beliau memilih untuk menjualnya ke penjual/pengepul yang setiap 2 kali dalam seminggu diambil. Tidak hanya dijual ke pengepul, telur ayam milik pak Roji juga biasanya dibeli untuk dijual lagi di toko-toko sembako.

---

<sup>8</sup> Ine Fausayana and Marwan Akbar Marzuki, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras Di Kota Kendari Dan Hubungannya Dengan Keberdayaan Peternak', *Jurnal Sosio Agribisnis*, 1.1 (2017), 32-46 <<https://doi.org/10.33772/jsa.v1i1.1821>>.

Berdasarkan fenomena yang terjadi maka penting melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran telur ayam yang mampu meningkatkan pendapatan peternakan. Sehingga dapat dijadikan keputusan dalam pemasaran telur ayam kedepannya, dan diharapkan bisa menambah wawasan usaha peternakan ayam petelur bagi masyarakat secara umum. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka peneliti tertarik dan akan melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur dalam Meningkatkan Pendapatan Peternak di Desa Purworejo Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bapak Roji dalam memasarkan telur ayam?
2. Bagaimana dampak dari strategi pemasaran yang diterapkan terhadap pendapatan usaha peternakan ayam milik Bapak Roji?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini sangat perlu menentukan tujuan, karena setiap tujuan yang di tentukan akan mencapai sasaran yang tepat dan jelas. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bapak Roji dalam memasarkan telur ayam.
2. Menganalisis dampak dari strategi pemasaran yang diterapkan terhadap pendapatan usaha peternakan ayam milik Bapak Roji.



#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai strategi pemasaran telur ayam petelur dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Adapaun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini diantaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi pihak yang membutuhkan serta guna untuk menambah referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya khususnya mengenai strategi pengembangan usaha peternakan ayam petelur.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi Peternak Ayam Petelur

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan semangat dan dapat dijadikan sebagai motivasi kedepannya untuk lebih meningkatkan pendapatan para peternak ayam petelur.

- b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat sehingga dapat digunakan sebagai acuan dan bahan informasi oleh masyarakat.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

## E. Penegasan Istilah

Guna mempermudah pemahaman pembaca terhadap kajian penelitian yang akan dilakukan dan untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam menginterpretasikan istilah-istilah dalam judul proposal penelitian ini, maka peneliti perlu memaparkan dan menegaskan istilah-istilah yang peneliti rumuskan sebagai berikut:

## F. Definisi konseptual

### 1. Strategi

Menurut Stephanie K. Marrus yang menyatakan bahwa “strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai”.<sup>9</sup>

Dengan kata lain, strategi sebagai seni seseorang ataupun organisasi memanfaatkan seni, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai sasaran lewat cara-cara yang lebih efektif dan efisien demi mencapai keuntungan yang diharapkan.<sup>10</sup>

### 2. Pemasaran

Menurut Laksana, pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu

---

<sup>9</sup> Husein Umar, ‘Pengertian Strategi’, 2010, h. 16 <[https://repository.uin-suska.ac.id/6664/4/BAB III.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/6664/4/BAB%20III.pdf)>.

<sup>10</sup> Deep Publishstore, ‘Pengertian Strategi: Tujuan, Jenis Dan Contoh’, *Mei*, 2023 <<https://deepublishstore.com/blog/materi/pengertian-strategi/>>.

tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Keller, *Marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is meeting needs profitably* yang artinya Pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi pemasaran yang paling singkat dan baik adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan.

Menurut Tjiptono dan Diana, pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.<sup>11</sup>

Pengertian pemasaran merupakan sebuah proses dan manajerial. Dimana setiap individu dan setiap kelompok akan mendapatkan apa saja yang mereka butuhkan juga inginkan. Caranya adalah dengan menciptakan dan juga saling menukar produk dan jasa. Serta nilai di antara seseorang dengan yang lainnya. Peranan pemasaran saat ini bukan hanya untuk menyampaikan

---

<sup>11</sup> Kurnia Febriansyah, 'Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kopi Studio 24 Malang', *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.*, 2020, 28–29 <<http://repository.iainkudus.ac.id/3523/5/5. BAB II.pdf>>.

sebuah produk atau jasa saja supaya sampai ke tangan konsumen dalam keadaan baik. Akan tetapi, sampai memikirkan bagaimana sebuah produk dan jasa dapat memberikan suatu kepuasan kepada para konsumen secara berkelanjutan.<sup>12</sup>

### 3. Ayam Petelur

Ayam petelur merupakan jenis ayam yang di budidayakan khusus untuk menghasilkan telur. Ada dua jenis ayam petelur, yaitu ayam petelur tipe ringan dan ayam petelur tipe *medium*. Ayam petelur tipe ringan mempunyai badan yang ramping dan kecil, serta berbulu putih bersih dan berjengger merah, berasal dari galur murni *white leghorn* dan mampu bertelur lebih dari 260 butir pertahun. Ayam petelur ringan sensitif terhadap cuaca panas dan keributan. Selanjutnya yaitu ayam petelur tipe medium, ayam petelur tipe medium memiliki bobot yang lumayan berat, kerabang telur berwarna coklat dan bersifat dwiguna. Ayam petelur umumnya tidak memiliki pejantan, karena telur yang dihasilkan untuk konsumsi dan tidak perlu dibuahi.<sup>13</sup>

### 4. Dampak

Dampak menurut Gorys Kerap dalam Otto Soemarwoto, adalah pengaruh yang kuat dari seseorang atau kelompok orang di dalam menjalankan tugas dan kedudukannya sesuai dengan

---

<sup>12</sup> Nandy, 'Pengertian Pemasaran Dan 7 Jenisnya', 2022 <<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-pemasaran/>>.

<sup>13</sup> Rifaid, 'Kualitas Dan Produksi Telur Berdasarkan Umur Dan Pakan Yang Digunakan, (Makasar: UIN ALAUDDIN 2018), Hal. 12-13'.

statusnya dalam masyarakat, sehingga akan membawa akibat terhadap perubahan baik positif maupun negatif.

Sedangkan menurut Otto Soemarwoto, menyatakan dampak adalah suatu perubahan yang terjadi akibat suatu aktifitas. Aktifitas tersebut dapat bersifat alamiah baik kimia, fisik maupun biologi dan aktifitas dapat pula dilakukan oleh manusia.<sup>14</sup>

Dampak adalah pengaruh kuat yang dapat berakibat positif atau negatif. Sedangkan menurut para ahli, definisi dampak adalah akibat, imbas atau pengaruh yang terjadi (baik itu negatif atau positif) dari sebuah tindakan yang dilakukan oleh satu/sekelompok orang yang melakukan kegiatan tertentu.<sup>15</sup>

## 5. Pendapatan

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, pendapatan adalah kerja (usaha dan sebagainya). Sedangkan dalam Kamus Manajemen, pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan, dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba. Pendapatan didefinisikan dengan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada pekerja atas jasanya sesuai perjanjian.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> X-ray Diffraction Crystallography, 'Pengertian Dampak', 2016, 1–23 <[https://digilib.unila.ac.id/11476/4/BAB II Tinjauan Pustaka.pdf](https://digilib.unila.ac.id/11476/4/BAB%20II%20Tinjauan%20Pustaka.pdf)>.

<sup>15</sup> B A B Ii, 'Peter Salim & Yenny Salim, Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer , (Jakarta: Modern English Press,1991), 85. 15', 15–43.

<sup>16</sup> Dkk Adi Sutrisno, 'Pengantar Sosial Ekonomi Dan Budaya Kawasan Perbatasan. (Malang: Intelegensi Media, 2020)', Hlm. 144.

Secara umum pendapatan merupakan tujuan utama suatu perusahaan atau usaha yang didirikan. Pendapatan juga menjadi hal yang mendasari seseorang melakukan pekerjaan. Hal ini menandakan bahwa suatu usaha memang layak untuk dipertahankan karena bisa menghasilkan pendapatan bagi kehidupan pekerjanya. Pendapatan juga bisa dijadikan bahan pertimbangan bagi suatu usaha, apakah usaha yang dijalankan termaksud dalam skala untung atau rugi. Pendapatan dikatakan stabil bagi perekonomian seseorang apabila jumlahnya lebih besar dari pengeluaran harian orang tersebut.<sup>17</sup>

#### **G. Definisi operasional**

Secara operasional judul penelitian “Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur dalam Meningkatkan Pendapatan” adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang telah diterapkan pada usaha peternakan dalam meningkatkan pendapatan dan dampak apa saja yang ditimbulkan dari strategi pemasaran pada usaha peternakan tersebut.

#### **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk mempermudah penelitian ini maka peneliti menyusun sistematika pembahasan sebagai bahan acuan dalam berfikir secara sistematis sebagai berikut:

---

<sup>17</sup> Khairul Rizal, ‘Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Pendapatan Petani Kelapa Sawit. (Batu: Literasi Nusantara, 2021)’, hlm. 11.

- BAB I** : Pendahuluan yang terdiri dari: a) Konteks Penelitian, b) Fokus Penelitian, c) Tujuan Penelitian, d) Manfaat Penelitian, e) Penegasan Istilah, dan f) Sistematika Penulisan Skripsi.
- BAB II** : Kajian Pustaka yang terdiri dari: a) kajian fokus pertama, b) kajian fokus kedua dan seterusnya, c) hasil penelitian terdahulu, d) Paradigma Penelitian.
- BAB III** : Metode Penelitian, terdiri dari: 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.
- BAB IV** : Hasil Penelitian, terdiri dari: a) paparan data, dan b) temuan penelitian.
- BAB V** : Pembahasan, berisi tentang analisis dengan cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.
- BAB VI** : Penutup, terdiri dari: a) kesimpulan dan b) saran atau rekomendasi.