

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Tiktok shop resmi ditutup oleh pemerintah Indonesia, pada Rabu 4 Oktober 2023 pukul 17.00 WIB. Penutupan tersebut dimaksudkan guna memperbaiki pasar UMKM, sebab gencatan transaksi melalui media sosial sangat tinggi¹. Manajemen Tiktok shop mengatakan, penutupan layanan Tiktok shop dilakukan sebagai komitmen perusahaannya untuk menghormati dan mematuhi peraturan di tanah air.²

Penutupan Tiktok shop bukan hanya tanpa alasan. *Platform video music* asal tiongkok itu ditutup terkait masalah perizinan. Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah, Teten Masduki mengatakan Tiktok shop tidak memiliki izin berdagang bagi *e-commerce*. Beliau mengungkapkan Tiktokshop hanya memiliki izin kantor perwakilan Perusahaan perdagangan asing (KP3A). dimana izin *e-commerce* telah tertuang dalam perwakilan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2003 tentang perizinan Berusaha, Periklanan, dan Pengawasan pelaku usaha terhadap perdagangan melalui sistem elektronik. Aturan Permendag nomor 31 tahun 2023 sehingga menjadi dasar layanan tiktokshop ditutup. Berdasar aturan tersebut, Tiktok shop dilarang memfasilitasi transaksi perdagangan lagi, Tiktok hanya boleh mewedahi aktivitas promosi.³

¹ Nuh Krama Hadiano dkk, "Dampak penutupan Tiktok Shop dalam Konsep Komunikasi Internasional", Jurnal Manajemen, Vol.2, No.2, (November 2022) : 3.

² Setelah Tiktok Shop ditutup dalam <https://money.kompas.com/read> , di akses pada tanggal 10 November 2023

³ Duduk Perkara Tiktok Shop Tutup di Indonesia bukan Cuma soal larangan transaksi, dalam <http://tekno.kompas.com/read/2023> Diakses pada tanggal 10 November 2023.

Pemerintah menepis anggapan bahwa Indonesia anti Tiktok dan Investasi, karena pemerintah tidak pernah melarang Tiktok untuk menjalankan bisnis di Indonesia. Hanya saja, pemerintah ingin mengatur tatanan transaksinya dengan memisahkan Tiktok sebagai media sosial dan Tiktok sebagai *e-commerce*. Pemerintah berupaya sebaik mungkin untuk mengatur perizinan *e-commerce* supaya sejalan dengan aturan yang sudah ditetapkan atas larangan media sosial menjadi *e-commerce*, tentu aturan ini tidak hanya berlaku bagi usaha luar negeri namun juga usaha dalam negeri.

Penyebab Tiktok Shop ditutup oleh pemerintah adalah adanya ketidaksetaraan dalam persaingan bisnis, UMKM seringkali kalah dalam mempertahankan pangsa pasar mereka. Berbagai banyak kasus, produk ditawarkan Tiktok Shop identik atau sangat mirip dengan produk-produk yang dijual oleh UMKM lokal. Sehingga menciptakan persaingan yang tidak sehat dan dapat merusak bisnis-bisnis lokal yang telah ada selama bertahun-tahun.

Pemerintah Indonesia telah menyampaikan keprihatinannya tentang dampak negatif Tiktok Shop pada UMKM lokal. Tiktok Shop dituding menjadi penyebab kebangkrutan banyak usaha mikro di Indonesia, Tiktok Shop juga diklaim membunuh UMKM tanah air, dikarena banyak produk impor mudah masuk dan produk-produk ditawarkan sangat murah, Menteri Pariwisata dan Ekonomi kreatif (Menparekraf) Sandiaga Salahudin UNO, menilai kebijakan pemerintah terhadap menutup fitur lokapasar pada *platform* Tiktok Shop sebagai cara melindungi produk Indonesia dan menciptakan perdagangan sehat.

Pemerintah menilai bahwa Tiktok Shop bisa menjadi cara bagi Perusahaan untuk mengumpulkan data produk yang diminati oleh suatu negara,

lalu memproduksi barang serupa diluar negeri dengan harga yang lebih murah. Dengan demikian, Tiktok Shop tidak hanya mengancam eksistensi UMKM lokal, tetapi juga kedaulatan ekonomi suatu negara.⁴

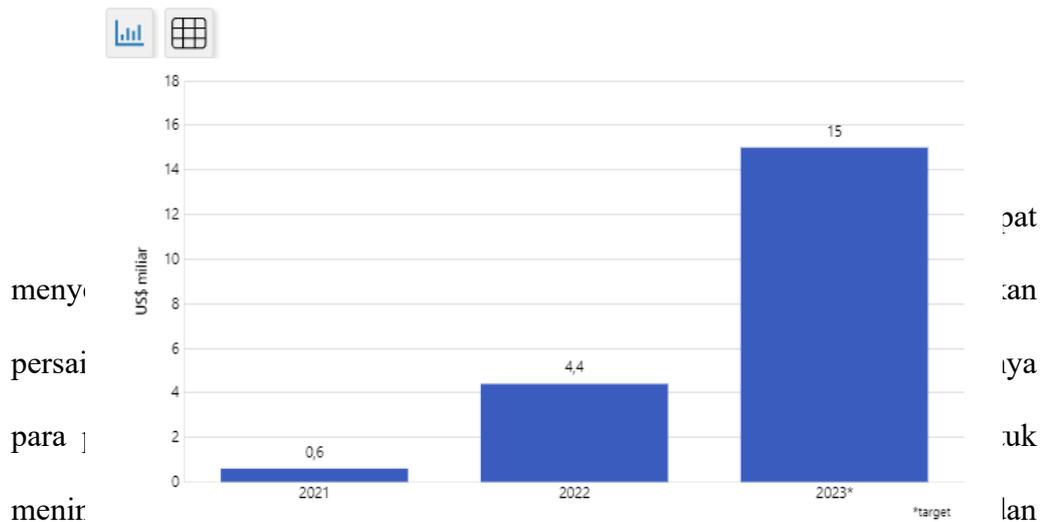
Belajar dari tiktok shop yang telah berhasil mempraktikkan strategi manajemen, dengan mengikuti kebutuhan pasar dan perkembangan teknologi secara cepat dan tepat. Terbukti Tiktok Shop juga telah berhasil memadukan hiburan bersosial media dengan pengalaman berbelanja. Sehingga algoritma Tiktok Shop dapat menyajikan konten sesuai dengan preferensi konsumen, diikuti dengan pola penampilan produk-produk sesuai dengan preferensi konsumen. Alhasil Tiktok Shop terbukti efektif untuk memicu pembelian yang impulsif.

Sampai saat ini, Tiktok Shop belum merilis data terkait jumlah pengguna dan nilai transaksinya di Indonesia. Namun, menurut laporan Momentum Works, nilai transaksi bruto atau *Gross Merchandise Value* (GMV) Tiktok Shop di Asia Tenggara terus meningkat sejak pertama diluncurkan tahun 2021. Pada tahun 2021, berdasarkan data Momentum Works, Indonesia adalah satu-satunya negara Asia Tenggara yang menjadi pasar Tiktok Shop, dengan nilai GMV mencapai US\$600 juta. Porsinya mencapai 66,66% dari total GMV Tikok Shop global saat itu yaitu yang nilainya US\$900 juta. Kemudian, pada tahun 2022 GMV Tikok Shop di Asia Tenggara meningkat pesat menjadi US\$ 4,4 miliar, dengan pasar mencakup Indonesia, Filipina, Singapura, Malaysia, Thailand, dan Vietnam.

⁴ Nuh Krama Hadianto dkk, "Dampak penutupan Tiktok Shop dalam Konsep Komunikasi Internasional", Jurnal Manajemen, Vol.2, No.2, (November 2022) : hlm.38

“Asia Tenggara berkontribusi besar terhadap GMV (Tiktok Shop Global) Tiktokshop menargetkan untuk melipat gandakan GMV Asia Tenggara menjadi US\$15 miliar pada 2023”, kata Momentum Works dalam laporannya.⁵

Gambar 1.1
Nilai Transaksi Bruto/GMV Tiktok Shop di Asia Tenggara (2021-2023)



perkembangan perubahan perilaku konsumen. Agar, pedagang mampu menyediakan dan melayani kebutuhan konsumen secara tepat dan cepat. Karena dalam skill literasi digital, pedagang harus terbuka untuk belajar dan tidak mengasingkan bisnisnya dari saluran digital. Melalui pembuatan pendaftaran

⁵ Tiktok Shop Ditutup di Indonesia, ini nilai Transaksinya di Asiiia Tenggara sejak 2021, dalam <https://databoks.katadata.co.id> Diakses pada tanggal 18 Mei 2024.

⁶ *Ibid*, 3.

akun di *e-commerce* yang banyak variannya mulai dari shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli dan sebagainya. Pedagang kini juga harus mulai belajar cara mengoperasikan akun dengan memposting ragam produk yang dijual hingga mengelola akun bisnisnya secara *intens* dan *professional*, Agar penjual dapat *mengupgrade* kemampuan menganalisis perilaku konsumen yang disasar dari produk yang mereka jual. Selain itu, pedagang juga harus meningkatkan skill promosi yang kreatif untuk menarik minat pembeli. Missal, dengan memberikan layanan gratis ongkir atau cara kreatif lainnya. Hal tersebut guna mencegah kelesuan UMKM terhadap perkembangan pasar saat ini.

Tidak dapat dipungkiri, bahwa SDM kita masih tertatih dan belum sepenuhnya siap dalam mengejar perkembangan *digital marketing* yang sangat pesat sekarang ini.⁷ Dengan kebijakan Pemerintah yang telah menetapkan peraturan dengan sebaik mungkin melalui regulasi, hingga *win-win solution* untuk peluang bisnis tradisional maupun digital yang optimal. Seharusnya, SDM kita juga harus dapat mengimbangnya dengan berusaha meleak teknologi.

Penutupan Tiktok Shop telah menjadi perhatian yang signifikan dalam *industry e-commerce* belakangan ini, Dalam kebijakan ini, tentunya menimbulkan pro dan kontra didalam Masyarakat, karena faktanya Tiktok Shop juga telah membantu pelaku UMKM lokal dalam memasarkan produk dan membuka lapangan pekerjaan baru bagi Affiliator.

Dampak dari penutupan ini dapat dirasakan oleh pengguna dan para pelaku bisnis. Bagi pengguna, penutupan tersebut dapat berarti kehilangan akses

⁷ *Ibid*, 39.

ke beragam produk unik dan menarik yang biasanya tersedia di Tiktok Shop. Hal ini berpotensi membuat pengguna merasa kecewa dan harus mencari alternatif lain untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan. Sementara itu, pelaku bisnis yang bergantung pada Tiktok Shop untuk menjual produk mereka akan mengalami dampak yang lebih signifikan. Dengan penutupan tersebut, maka mereka kehilangan kanal penting untuk memasarkan dan menjual produknya.

Setelah Tiktokshop resmi ditutup, Tiktok lalu mengakuisisi Tokopedia dengan nilai investasi lebih dari 1,5 Miliar dollar AS atau sekitar RP 23,4 triliun. Dengan akuisisi tersebut, Tokopedia dan Tiktokshop Indonesia secara resmi bergabung dibawah PT Tokopedia. Migrasi Tiktokshop ke Tokopedia tersebut dilakukan demi tunduk terhadap Peraturan Menteri Perdagangan (Permendaag) Nomor 31 Tahun 2023 tentang perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui system elektronik.⁸

Setelah mengakuisi Tokopedia, Tiktok Shop dibuka Kembali pada Selasa 12 Desember 2023⁹. Dibukanya Kembali Tiktok Shop memberikan angin segar bagi para pelaku usaha lokal, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Tiktok Shop Kembali bisa diakses di Indonesia setelah resmi bergabung dengan flatform perdagangan elektronik local tersebut.¹⁰

⁸Tiktok Shop Resmi berubah nama jadi Shop Tokopedia, dalam <https://tekno.kompas.com/read/2024/04/04/09350087> . Diakses pada tanggal 10 Maret 2024.

⁹Tiktok Bongkar Alasan Mau Kawin dengan Tokopedia, dalam <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20231212165101-92-1036281> Diakses pada tanggal 10 Maret 2024.

¹⁰Pembukaan Kembali Tiktokshop beri dampak positif bagi UMKM Indonesia, dalam <https://www.antaraneews.com/berita/3870594/pembukaan-kembali-tiktok-shop-beri-dampak-positif-bagi-umkm-indonesia> Diakses pada tanggal 10 Maret 2024.

Penutupan Tiktok Shop, tidak menghilangkan keseluruhan potensi *e-commerce* lain yang dapat digunakan dengan potensi pasar yang luas.¹¹ Dengan penutupan dan pembukaan kembali TikTok Shop, perubahan dan adaptasi menjadi suatu keharusan bagi pengguna dan pelaku bisnis dalam *e-commerce*. Penutupan dan pembukaan Tiktok shop yang baru, juga mengingatkan kita akan pentingnya diversifikasi dan fleksibilitas untuk mencapai kesuksesan dalam industri *ecommerce* yang selalu berkembang.

Dalam penelitian ini, fokus peneliti adalah mengenai strategi adaptasi salah satu *online shop* yang terdampak atas keputusan pemerintah terhadap Tiktok Shop. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data kualitatif pada penelitian ini menggunakan Teori Strategi Adaptasi dari John William Bennett. Teori adaptasi menurut John William Bennett menerangkan bahwa asumsi dasar adaptasi berkembang dan berasal dari pemahaman evolusioner yang melihat manusia selalu berusaha menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungannya baik secara biologis, sosial, dan budaya¹².

Peneliti ingin mengkaji lebih jauh mengenai startegi adaptasi penjualan Aolong *Fashion Bag* ketika menghadapi perubahan kebijakan pemerintah terhadap fitur Tiktok shop. Alasan mengapa peneliti memilih Aolong Fashion bag sebagai tempat penelitian karena Aolong Fashion Bag merupakan salah satu

¹¹Muh. Fathir Maulid Yusuf dkk, “Dampak Penutupan Tiktok Shop Terhadap Pengguna Dan Pelaku Bisnis Dalam E-Commerce.” Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan, urnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan, Vol. 2 No. 1, Januari 2024, Hal. 01-07

¹² Teori Adaptasi Menurut John William Bennet, dalam <https://www.kompasiana.com>, di akses pada tanggal 18 Mei 2024.

UMKM lokal yang memanfaatkan Tiktok sebagai media promosi sejak tahun 2019. Ibu Yayuk Mutiah selaku *owner* dari tas Aolong mengklaim bahwa Aolong *Fashion Bag* adalah salah satu *brand* tas tertua di Tiktok Shop, serta pernah menduduki peringkat pertama penjualan tas terlaris di Tiktok Shop. Hal ini dibuktikan oleh banyaknya hadiah dan cinderamata yang diberikan Tiktok Shop kepada ibu Yayuk Mutiah yang tertata rapi dilemari kaca rumahnya. Dengan adanya perubahan ini, penjualan Aolong fashion Bag mengalami ketidakstabilan. Sebelum TiktokShop ditutup, Aolong fashion Bag mampu menjual 1.500-2.000 tas perharinya. Dan setelah Tiktokshop ditutup penjualan tersebut menurun hingga <1.500 perhari. Namun kini, dengan kembalinya Tiktokshop telah membawa angin segar bagi Aolong karena penjualan produknya kini kembali normal. Aolong Fashion Bag memiliki 6 akun aktif di Tiktok Shop dan kurang lebih terdapat 50 karyawan sebagai operasional dan *host live streaming*. Karena kesuksesannya, Ibu Mutiah mempunyai banyak asset dan lokasi streaming di berbagai tempat. Sebagai bentuk keseriusan peneliti dalam pengerjaan penelitian ini, peneliti mendatangi langsung ke kediaman ibu Yayuk Mutiah yang beralamat di Desa Tanggul Kundung, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung. Pada awalnya, Aolong *Fashion Bag* merupakan produk impor china dan Ibu Yayuk selaku reseller tangan pertama. Ketika wabah Covid menyerang, Ibu *Owner* mengalami penurunan omset yang sangat drastis dikarenakan banyaknya barang tertimbun di gudang beliau yang terdapat di Surabaya. Kemudian, ibu *owner* mencoba mempromosikan dagangannya melalui aplikasi Tiktok. Padahal, ketika itu Tiktok masih belum memiliki fitur keranjang kuning atau yang kita sebut sebagai Tiktok Shop.

Alasan *owner* mengapa saat itu memilih Tiktok untuk mempromosikan dagangannya saat pandemi, karena ibu *owner* percaya bahwa Tiktok akan semakin besar di Indonesia. Karena, sebelum berjualan tas ini ibu *owner* adalah seorang Tenaga Kerja Wanita (TKW) di China dan sudah terlebih dulu menggunakan aplikasi Tiktok di negara rantauannya. Akibat dari penutupan Tiktok Shop, omset Aolong *Fashion Bag* sempat menurun. Sebelumnya, Aolong *Fashion Bag* berhasil menjual kurang lebih 1.500 unit tas perharinya. Namun, turun menjadi <1.000 akibat penutupan Tiktok Shop tersebut. Dan kini, setelah Tiktok Shop kembali dibuka dan Aolong *Fashion Bag* bertepatan sedang memulai memproduksi tasnya sendiri, omset Aolong melonjak kembali. Bahkan sekarang Aolong dapat menjual tasnya sampai 2.000 unit perharinya. Keyakinan dan keuletan dari owner untuk bertahan di Tiktok Shop meskipun sempat ditutup, berhasil membawa Aolong pada kesuksesannya saat ini.

Buah hasil kerja keras beliau, salah satunya mengubah brand tas beliau yang awal mulanya adalah tas impor dari china, kini beliau sudah bisa memproduksinya sendiri dengan bekerjasama dengan salah satu pabrik tas yang ada di Mojokerto. Tas Aolong pun kini sudah terdaftar dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sebagai *brand* tas lokal Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Strategi adaptasi apa yang telah diterapkan Aolong *Fashion Bag* dalam mempertahankan kinerja penjualan selama Tiktok shop Ditutup ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Strategi adaptasi yang telah diterapkan Aolong *Fashion Bag* dalam mempertahankan kinerja penjualan selama Tiktok shop Ditutup

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibedakan atas dua aspek yaitu aspek teoritis dan aspek praktis. Manfaat aspek teoritis ini berkaitan dengan Pembangunan suatu ilmu pengetahuan. Sedangkan manfaat dari aspek praktis berkaitan dengan kebutuhan berbagai pihak yang membutuhkan

1. Manfaat Aspek Teoritis

Manfaat dari aspek teoritis dari hasil penelitian ini ialah diharapkan :

- a. Dapat memberikan sumbangsih khususnya terhadap penelitian yang bersangkutan mengenai penutupan dan perubahan platform Tiktok shop.
- b. Penelitian ini dikaji untuk mengetahui dampak penutupan dan perubahan platform Tiktok shop oleh pemerintah bagi keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah.
- c. Sebagai bahan acuan serta sebagai pertimbangan bagi penelitian sejenis.

2. Manfaat Aspek Praktis

Manfaat dari aspek praktis dari hasil penelitian ialah diharapkan :

- a. Dapat memberikan masukan dan wawasan kepada Masyarakat bahwa kecanggihan teknologi akan terus berkembang dan mengalami perubahan.

- b. Dapat bermanfaat bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan strategi penjualan yang efektif
- c. Hasil penelitian dapat membantu pelaku usaha untuk memahami tren pasar dan dapat menyesuaikan strategi penjualan mereka dengan memahami situasi serta kondisi yang ada
- d. Dapat mendukung UMKM untuk terus berkembang dan dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari penafsiran yang tidak diharapkan, maka perlu adanya penguraian terlebih dahulu tentang istilah dalam judul skripsi yang telah dibuat ini sebagai berikut :

1. Konseptual

a. Analisis data kualitatif

Proses dari kenyataan lapangan ke “tabel”, dan berdasarkan “table kemudian ditafsirkan, dimaknakan, kemudian disimpulkan juga berlangsung dalam penelitian kualitatif. Bedanya, dalam penelitian kualitatif “tabel” tersebut dianggap tercantum dalam kenyataan sehari-hari di masyarakat, bukan tercantum di atas kertas¹³

b. Strategi

Strategi penjualan adalah perencanaan dengan penuh perhitungan agar penjualan produk dan jasa meningkat. Strategi

¹³Ahmad Rijali, “Analisis Data Kualitatif” Jurnal Alhadrah, Vol. 17, No. 33, (2018), hal

penjualan digunakan untuk menarik minat masyarakat terhadap produk dan jasa yang dijual¹⁴.

c. Adaptasi

Adaptasi produk adalah penyesuaian standar sebuah produk untuk memenuhi kondisi, kebutuhan, atau selera pembeli maupun konsumen. Adaptasi produk dapat dikatakan sukses apabila pelaku usaha dapat melakukan riset pasar terlebih dahulu untuk mempelajari karakteristik masyarakat atau target konsumen serta cara pendistribusianya¹⁵, supaya produk dapat terus eksis dan terjual secara signifikan tidak mengalami penurunan yang berarti.

d. Penjualan

Penjualan merupakan suatu kegiatan atau aktivitas bisnis untuk menjual suatu barang atau jasa¹⁶.

e. Tiktok shop

Tiktok shop adalah fitur aplikasi Tiktok yang memudahkan bisnis dan penggunanya untuk menjual dan membeli produk. Karena fitur ini sangat memudahkan pembeli untuk berbelanja melalui media sosial tanpa harus beralih ke aplikasi lain. Adapun salah satu

¹⁴Perluakah Strategi Penjualan ? , dalam <https://graduate.binus.ac.id/2022/05/31> Diakses pada tanggal 10 Maret 2024.

¹⁵Strategi Adaptasi Produk yang Bisa Membantu Kegiatan Ekspor, dalam <https://smesta.kemenkopukm.go.id/> , Diakses pada tanggal 10 Maret 2024.

¹⁶Willy Pratama Widharta, Sugiono Sugiharto, “Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Roko Damai”, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 2, No.1, (2013), hal 2.

keunggulan dan kelebihan dari tiktokshop dalam brand atau pelaku usaha bisa dengan mudah untuk memperluas pasarnya.¹⁷

f. Dampak

Dampak merupakan sebuah kata yang banyak digunakan untuk menggambarkan akibat dari sebuah Tindakan. Dampak juga diartikan sebagai sebuah perubahan yang terjadi karena sebuah aktivitas maupun Tindakan yang disebabkan karena munculnya kebijakan. Dampak dibagi menjadi dua. Yaitu, dampak positif dan dampak negative. Dampak juga memiliki dua jenis disaat kemunculannya

1) Dampak yang disadari

Dampak yang disadari juga disebut dampak yang diharapkan. Dampak yang diharapkan ini merupakan dampak sebelum kemunculannya sudah bisa diprediksikan. Contohnya Ketika pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk kenaikan BBM, maka kemungkinan akan terjadi demonstrasi dan kenaikan harga dari barang-barang lainnya. Dampak seperti ini merupakan dampak yang sudah disadari akan muncul sebelumnya

2) Dampak yang tidak disadari

Dampak yang benar-benar tidak diketahui dan tidak diperhitungkan akan muncul seketika dilakukan sebuah perubahan atau kebijakan.¹⁸

¹⁷Ap aitu Tiktok Shop dalam <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tiktok-shop> , Diakses pada tanggal 10 November 2023.

¹⁸Pengertian dari dampak dalam <https://bejanakehidupan.com/pengertian-dampak> menurut-para-ahli/ Diakses pada tanggal 10 November 2023.

2. Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk menghindari kesalah fahaman dalam penafsiran oleh pembaca dari istilah-istilah yang ada pada judul skripsi. Penjelasan dari penegasan istilah diatas dapat diambil pengertiannya yang dimaksud dalam judul skripsi “Analisis Strategi Adaptasi Penjualan Aolong Fashion Bag.” Ialah dapat mengetahui, mempelajari, dan menguraikan terhadap hal-hal yang dapat diambil pembaca dari skripsi tersebut.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penelitian ini, penulis membagi sistematika penulisan skripsi menjadi 6 bab. Sebelum masuk pada bab pertama, terdapat bagian halaman sampul depan, halaman sampul dalam, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, motto, persembahan, kata pengantar, daftar, isi abstrak.

Bab I : Dalam bab ini penulis menjabarkan tentang isi proposal yang telah disusun, mulai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pengesahan istilah, dan sistematika penulisan.

Bab II : Dalam bab ini berisi tentang mengenai landasan teori. Dalam hal ini peneliti akan menjabarkan tentang kajian focus pembahasan dari penelitian ini, serta adanya kajian penelitian terdahulu

Bab III : Dalam bab ini berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan

sumber data, Teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV : Dalam bab ini sudah memasuki hasil penelitian, yang mana itu terdiri dari paparan dan yang sesuai dengan topik pertanyaan yang telah disajikan dan temuan penelitiannya.

Bab V : Selanjutnya ialah masuk pada bab pembahasan yang mana itu berisi tentang analisis yang berisi data yang diteliti dengan cara melakukann konfirmasi dan sistensi antara penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.

Bab VI : Berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan penelitian, saran ataupun rekomendasi, serta daftar Pustaka dan lampiran-lampiran.