

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara dengan populasi terbesar keempat di dunia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam sektor industri. Dengan berbagai potensi alam dan sumber daya manusia yang melimpah, Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan industri dalam negeri secara berkelanjutan. Salah satu faktor utama dalam perkembangan bisnis industri di Indonesia adalah pertumbuhan pasar dalam negeri yang terus meningkat. Dengan populasi yang besar dan meningkatnya daya beli masyarakat, permintaan untuk berbagai produk dan layanan terus bertambah. Hal ini menciptakan peluang bagi perusahaan dalam negeri untuk mengembangkan bisnis mereka dan memperluas pangsa pasar.

Salah satu sektor industri yang berkembang pesat di Indonesia yaitu industri di bidang *fashion*, industri ini mengalami pertumbuhan yang cepat sejalan dengan kesadaran masyarakat yang semakin meningkat tentang pentingnya *fashion* dalam gaya hidup mereka. Sekarang, berbusana tidak hanya tentang menutupi tubuh, tetapi juga sebagai cara untuk berkomunikasi dan mengekspresikan identitas dan gaya hidup individu. Perkembangan zaman juga mempengaruhi kebutuhan dan

keinginan masyarakat, terutama di perkotaan di mana mereka cenderung lebih maju secara relatif dan memiliki akses yang lebih besar terhadap berbagai produk dan layanan. Ini menghasilkan konsumen yang lebih selektif dalam memilih barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan pendapatan mereka. Konsumen saat ini juga memiliki kebebasan lebih besar dalam memilih produk yang mereka konsumsi dan dari siapa mereka membeli produk tersebut, dibandingkan dengan zaman sebelumnya.²

Maka strategi sangat dibutuhkan pelaku usaha untuk dapat mempertahankan perusahaan mereka. Tujuan utama dari sebuah strategi adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Dalam hal ini dapat dibedakan secara jelas fungsi manajemen, konsumen, distributor, dan pesaing. Jadi, perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada.³ Dengan pernyataan tersebut strategi sangat dibutuhkan dalam sebuah kegiatan usaha, salah satunya yaitu dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang konveksi pakaian.

² Fanji Wijaya dan Mokh. Adib Sultan, "Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas", (Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis Vol 10 No 2, 2019), hlm 206.

³ Abdillah Mundir, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah", (Jurnal Ekonomi Islam Vol. 7 No 1, 2016), hlm. 29

Sebuah perusahaan dituntut untuk tetap bertahan dalam sebuah persaingan bisnis yang semakin ketat dalam bidang konveksi. Oleh sebab itu perusahaan haruslah memiliki strategi yang baik untuk mempertahankan konsumen agar tetap menggunakan produk yang telah dibuat.

Sebagai bagian dari upaya untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan sering kali perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kondisi internal dan eksternalnya. Salah satu alat yang sering digunakan untuk melakukan evaluasi tersebut adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) Analisis SWOT membantu perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) internalnya, serta peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang ada di lingkungan eksternalnya. Dengan memahami faktor-faktor ini, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan bisnisnya.⁴

Tidak semua kekuatan akan secara otomatis menjadi faktor penentu dalam keunggulan kompetitif suatu perusahaan. Sebaliknya, perusahaan perlu memiliki formulasi strategi yang kokoh yang mengintegrasikan berbagai faktor, seperti keuangan, teknologi, dan reputasi merek, untuk menciptakan keunggulan yang berkelanjutan.

⁴ Ikhwan Yunus, "Strategi Pemasaran Industri Konveksi Menggunakan Analisis "SWOT"", (Jurnal Ilmiah Ecobuss Vol 9 No. 2, 2021), hlm. 96.

Analisis SWOT, yang telah menjadi pendekatan tradisional dalam perumusan strategi, membantu para pengambil keputusan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal yang memengaruhi kinerja perusahaan.⁵ Oleh karena itu analisis SWOT dan strategi kompetitif bertujuan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, dan keunggulan kompetitif internal perusahaan, serta menganalisis peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi. Ini dilakukan dengan meninjau kondisi internal dan eksternal perusahaan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang posisi dan arah perusahaan.⁶

Desa Karangrejo merupakan salah satu daerah yang terletak di Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Luas wilayah Desa Karangrejo yaitu kurang lebih 289 Ha yang terbagi menjadi dalam 3 dusun yaitu Dusun Karangrejo, Dusun Kandenan, dan Dusun Kedungsingkil dengan jumlah penduduk mencapai 4.679 jiwa pada tahun 2017. Masyarakat Desa Karangrejo banyak yang memiliki industri rumah tangga berskala mikro atau UMKM yang bergerak di berbagai bidang, seperti konveksi, perikanan, budidaya, pertanian, usaha makanan, dll.

⁵ Tuti Fitri Anggreani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot Strategi Pengembangan Sdm. Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia)", (Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi Vol 2 No. 5, 2021), hlm 620.

⁶ Zuhrotun Nisak, "Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif", (Jurnal Ekonomi Bisnis Vol. 9 No 2, 2013), hlm. 469

Dengan hal tersebut seiring berjalannya waktu perkembangan UMKM di Desa Karangrejo semakin bertambah dari tahun ke tahun.⁷

Konveksi CV. Karmila Javatex merupakan salah satu perusahaan konveksi yang berlokasi di Desa Karangrejo, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang konveksi, CV Karmila Javatex menghasilkan produk pakaian seperti kaos singlet, celana santai, dan celana dalam. Selain itu konveksi ini juga memiliki toko yang menyediakan berbagai kebutuhan pakaian dari usia anak hingga dewasa yang lumayan lengkap. Sebagai perusahaan yang telah berdiri selama beberapa tahun,

CV Karmila Javatex tentu menghadapi berbagai tantangan dan peluang di sekitarnya. Usaha konveksi tersebut merupakan salah satu usaha yang cukup potensial di desa, khususnya pada produksi pakaian yang kini kian meningkat. Permintaan pasar yang semakin tinggi membuat usaha konveksi ini menjadi salah satu usaha yang dapat bertahan bahkan berkembang pada saat pandemi kemarin. Di Desa Karangrejo sendiri banyak masyarakat yang memiliki usaha konveksi dalam matapencahariannya dengan produk yang hampir sama.

Mereka memiliki pasar yang cenderung sama dengan yang lain. Sehingga dari hal tersebut menimbulkan persaingan yang ketat antar

⁷ Kawurian Rahina, "Pengelolaan Dan Strategi Pengembangan Minapolitan Di Desa Karangrejo Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung Provinsi Jawa Timur, (Malang Skripsi, 2018), hlm. 29-30

sesama pengusaha konveksi. Dengan begitu, strategi yang tepat sangat dibutuhkan seorang pengusaha di industri konveksi untuk bersaing dan mempertahankan bisnis mereka. Salah satunya yaitu dengan mengevaluasi keadaan perusahaan dan membuat inovasi-inovasi dari produk yang mereka hasilkan. Dengan hal ini pengusaha diharapkan untuk tetap dapat bersaing dengan kompetitor dan mengembangkan usahanya.

Mengingat minat masyarakat terhadap kebutuhan sandang yang cukup tinggi dan persaingan yang cukup ketat, pelaku usaha Konveksi CV. Karmila Javatex dihadapkan dengan sebuah masalah persaingan bisnis yang kian meningkat. Strategi bisnis yang tepat sangat dibutuhkan untuk mempertahankan bisnis yang dijalankan. Keandalan pelaku usaha dalam menerapkan strategi pemasaran menjadi tolak ukur kesuksesan bisnis dari Konveksi CV. Karmila Javatex ini, Sehingga dengan adanya penerapan strategi pengembangan bisnis yang dilakukan Konveksi CV Karmila Javatex, diharapkan dapat meningkatkan daya saing pada produk yang dimilikinya.

Analisis SWOT dapat menjadi alat yang berguna bagi CV Karmila Javatex untuk mengidentifikasi posisi dan kondisi bisnisnya, serta merumuskan strategi yang tepat untuk mengoptimalkan potensi dan mengatasi tantangan yang dihadapi. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini akan mencoba untuk menggali informasi lebih lanjut mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh

CV. Karmila Javatex, serta merumuskan strategi bisnis yang sesuai dengan temuan dari analisis SWOT tersebut.

Penelitian ini pada dasarnya dilakukan untuk memahami lebih dalam kondisi bisnis CV. Karmila Javatex tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi CV. Karmila Javatex dalam mengembangkan strategi bisnisnya. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi perusahaan-perusahaan lain di sektor konveksi, terutama yang beroperasi di wilayah yang serupa, untuk melakukan evaluasi serupa terhadap kondisi bisnis mereka dan merumuskan strategi yang tepat untuk mencapai pertumbuhan dan keberhasilan yang berkelanjutan.

Adapun alasan peneliti memilih usaha dari Konveksi CV. Karmila Javatex yaitu dikarenakan bisnis dari konveksi ini sudah berdiri sejak lama, perkembangannya lebih cepat dari pengusaha konveksi lainnya, dan bahkan bisnisnya tetap dapat berkembang saat pandemi kemarin. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui bagaimana strategi pengembangan bisnis yang diterapkan dalam meningkatkan daya saing produk oleh Konveksi CV. Karmila Javatex dalam menghadapi persaingan bisnis selama ini.

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Tuti Fitri Anggreani yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi SWOT: Strategi Pengembangan SDM, Strategi Bisnis, Dan Strategi MSDM (Suatu Kajian

Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia)", memaparkan pembahasan tentang pengaruh strategi bisnis berpengaruh terhadap SWOT. Dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi bisnis merupakan rencana jangka panjang yang dirancang untuk mencapai tujuan spesifik atau serangkaian tujuan perusahaan. Ini adalah rencana manajemen yang digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan menetapkan cara bisnis harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Meskipun Analisis SWOT berguna dalam mengidentifikasi faktor kunci dalam pengembangan bisnis, namun proses pengembangan tidak berakhir di situ. Langkah berikutnya setelah analisis SWOT adalah merumuskan strategi berdasarkan temuan tersebut termasuk pengembangan produk yang sesuai dengan temuan tersebut. Bersamaan dengan itu disusun juga rencana kerja, alokasi sumber daya, dan penetapan target yang spesifik untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁸

Maka dari itu berdasarkan uraian diatas, peneliti akan mencoba mengulasnya dan menuangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **"Analisis Strategi Pengembangan Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing Produk pada Industri Konveksi dengan Pendekatan Analisis SWOT (Studi Kasus pada Konveksi CV. Karmila Javatex di Desa Karangrejo Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)".**

⁸ Tuti Fitri Anggreani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia)", (Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi Vol.2 No 5, 2021), hlm. 628.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki oleh CV. Karmila Javatex dalam menjalankan bisnisnya?
2. Bagaimana strategi bisnis yang tepat dan dapat direkomendasikan bagi CV. Karmila Javatex berdasarkan hasil analisis SWOT?
3. Apa upaya yang dapat dilakukan oleh CV. Karmila Javatex untuk meningkatkan daya saing produknya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki oleh CV. Karmila Javatex dalam menjalankan bisnisnya.
2. Untuk mengetahui strategi bisnis yang tepat dan dapat direkomendasikan bagi CV. Karmila Javatex berdasarkan hasil analisis SWOT.

3. Untuk mendeskripsikan upaya yang dapat dilakukan oleh CV. Karmila Javatex untuk meningkatkan daya saing produknya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dalam sebuah penelitian ini, harapannya dapat menambah wawasan serta pemahaman terhadap pengembangan bisnis melalui analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing produk dari sebuah usaha di dunia nyata dan mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan pada pelaku usaha tempat penelitian yang bersangkutan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pelaku usaha

Sebagai bahan referensi untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha dengan strategi yang tepat untuk persaingan bisnis yang semakin ketat.

b. Bagi peneliti

Sebagai tambahan wawasan dan pemahaman terhadap strategi bisnis untuk daya saing melalui analisis SWOT.

c. Bagi pelanggan

Dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru mengenai usaha tersebut.

d. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menambah pengetahuan tentang sebuah usaha kecil dan strateginya.

E. Penegasan Istilah

Penegasan istilah terkait penelitian ini dijabarkan, agar kedepannya dapat lebih dipahami, hal-hal terkait penegasan istilah adalah sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

a. Strategi Pengembangan Bisnis

Pengembangan merujuk pada upaya untuk meningkatkan keterampilan teknis, teoritis, konseptual, dan moral seseorang sesuai dengan kebutuhan melalui proses pendidikan dan pelatihan. Pengembangan usaha melibatkan tugas dan proses analisis yang cermat terhadap potensi pertumbuhan, serta dukungan dan pengawasan terhadap implementasi peluang pertumbuhan usaha, namun tidak termasuk dalam keputusan strategis dan pelaksanaan langsung dari peluang tersebut.

Strategi bisnis merujuk pada kemampuan seorang pengusaha atau perusahaan dalam menganalisis faktor-faktor eksternal dan internal yang memengaruhi perusahaan, merumuskan strategi, melaksanakan rencana strategis, dan mengevaluasi kinerja

untuk merancang strategi masa depan. Evaluasi dilakukan untuk memperoleh umpan balik yang berguna dalam perumusan strategi selanjutnya. Dimensi-dimensi yang digunakan untuk mengukur strategi bisnis ini meliputi diferensiasi, biaya rendah, dan fokus strategi.⁹

Jadi yang dimaksud strategi pengembangan bisnis adalah suatu usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan kegiatan atau cara yang terstruktur dan matang sehingga dapat bersaing untuk mempertahankan suatu organisasi

b. Daya Saing

Daya saing merujuk pada kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor, atau negara dalam menyediakan barang dan jasa di pasar. Kesuksesan daya saing suatu negara bergantung pada kemampuan strategis masing-masing perusahaan dalam menciptakan nilai tambah. Proses menciptakan nilai tambah terjadi di tingkat perusahaan.¹⁰

Daya saing ditentukan oleh keunggulan kompetitif suatu perusahaan, yang sangat tergantung pada tingkat sumber daya yang dimilikinya. Hal ini penting karena (1) mendorong peningkatan produktivitas dan kemampuan mandiri, (2) dapat

⁹ Tuti Fitri Anggreani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot. Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia)", (Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi: Vol 2 No.5, 2021), hlm. 621.

¹⁰ Mudrajad Kuncoro, *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030*, (Yogyakarta Penerbit Andi, 2007), hlm. 82.

meningkatkan kapasitas ekonomi baik secara regional maupun jumlah pelaku ekonomi, yang pada gilirannya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan (3) keyakinan bahwa mekanisme pasar lebih efisien dalam menciptakan hasil.¹¹

c. Produk

Produk adalah suatu yang bersifat kompleks yang bisa dikenali atau tidak, meliputi aspek seperti kemasan, harga, reputasi merek, dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Produk dibagi menjadi dua kategori utama jasa dan barang. Produk jasa bersifat tidak berwujud (*intangible*), sementara produk barang dapat dilihat dan dirasakan (*tangible*).¹²

d. Industri Konveksi

Industri konveksi adalah perusahaan yang memproduksi pakaian jadi seperti kemeja, celana, kaos, dan jaket. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan setiap jenis pakaian berbeda-beda, misalnya, produksi kaos lebih cepat daripada produksi jaket. Industri konveksi menggunakan operator dan mesin jahit di setiap tahapan produksi. Dari segi pembuatan produknya, perusahaan

¹¹Fred R David, *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta Salemba Empat, Edisi 12), hlm. 11.

¹² Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta Kobis, 2014), hlm 18.

konveksi masuk dalam kategori *make to order (MTO)* karena produk hanya diproduksi jika ada pesanan dari pelanggan. Setiap pesanan pelanggan dapat bervariasi baik dari jenis pakaian maupun jumlahnya.¹³

Konveksi Karmila Javatex merupakan sebuah industri yang memproduksi celana dan pakaian dalam yang ada di Desa Karangrejo dengan model usaha milik perorangan. Selain memproduksi celana dan pakaian dalam mulai dari bahan mentah, Konveksi Karmila Javatex juga memiliki toko pakaian yang cukup lengkap dengan menyediakan pakaian mulai dari pakaian anak-anak sampai pakaian orang dewasa.

e. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman). Oleh karena itu, tujuan dari analisis SWOT adalah untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, dan keunggulan kompetitif perusahaan/usaha dengan menganalisis kondisi internalnya, serta menilai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dengan menganalisis faktor-faktor eksternalnya. Faktor-faktor kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman adalah variabel dinamis dalam analisis SWOT yang mencerminkan

¹³ Ahmad Junior, "Penerapan Algoritma Greedy pada Penjadwalan Produksi Single-Stage dengan Parallel Machine di Industri Konveksi", (JSM STMIK Mikroskil Vol. 16 No. 2, 2015), hlm. 175.

kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan dan mengalokasikan sumber daya yang dimilikinya serta menghadapi situasi tertentu dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.¹⁴

Maka dari itu dengan penerapan analisis SWOT ini sebuah perusahaan dapat menggunakan atau menerapkan sebuah strategi yang tepat untuk mengembangkan usahanya.

f. Studi Kasus

Studi kasus adalah cara riset yang melibatkan penelitian langsung tentang hal-hal yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Awalnya, studi kasus sering digunakan dalam ilmu sosial, tapi sekarang digunakan di banyak bidang lain juga. Metode ini cocok untuk penelitian yang ingin menjawab pertanyaan "bagaimana" atau "mengapa", dan ketika sulit mengendalikan peristiwa yang diteliti serta saat fokus penelitian adalah hal-hal yang terjadi sekarang. Dalam studi kasus, peneliti berfokus pada cara merancang dan melaksanakan penelitian.¹⁵

2. Penegasan Operasional

Secara operasional yang dimaksud dari penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui bagaimana pengembangan strategi bisnis untuk daya saing produk yang dilakukan pada CV. Karmila Javatex di

¹⁴ 13. Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta: PT Gramedia.2004), hlm 18

¹⁵Ratna Dewi Nur'aini, "Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku", (INERSIA, Vol. 16 No. 1, 2020), hlm. 92.

Desa Karangrejo, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung melalui pendekatan analisis SWOT.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah dalam penulisan ini maka dibuat sistematika penulisan penelitian ini berdasarkan pada, yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Pendahuluan membahas mengenai latar belakang masalah yang menjadi objek penelitian dan alasan diangkatnya judul tersebut, selanjutnya terdapat rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi. Dengan pendahuluan pembaca dapat mengetahui gambaran penelitian, juga dapat dijadikan sebagai pedoman untuk memahami bab selanjutnya.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka memuat tentang konsep atau teori yang melandasi penelitian. Dalam kajian pustaka ini dibagi menjadi lima sub bab yaitu Pengembangan Strategi, Strategi Bisnis, Analisis SWOT, Kajian Terdahulu, dan Kerangka Konseptual.

BAB III: METODE PENELITIAN

Metode penelitian memuat tentang metode yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan

data, teknis analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV: PAPARAN DAN PENELITIAN

Paparan hasil penelitian ini memuat tentang hasil penelitian yang terdiri dari paparan data, temuan penelitian, dan pembahasan temuan penelitian yang berasal dari sebuah pertanyaan. Paparan hasil penelitian ini memuat tentang hasil penelitian yang terdiri dari paparan data, temuan penelitian, dan pembahasan temuan penelitian yang berasal dari sebuah pertanyaan, pengamatan, wawancara dan deskripsi penelitian lainnya.

BAB V: PEMBAHASAN

Pembahasan memuat tentang keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan.

BAB VI: PENUTUP

Penutup terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah rangkuman dari hasil penelitian yang telah dilakukan, berfungsi untuk memperjelas dari hasil pembahasan yang diteliti. Saran yang diharapkan akan memberikan masukan sehingga skripsi ini menjadi lebih baik lagi.