

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Keberadaan kota Gresik sudah disebut-sebut sebagai salah satu prototipe kota tua. Perannya sebagai kota dagang mulai berkembang sejak pertengahan abad ke 14 tidak saja antar pulau, tetapi sudah meluas ke berbagai negara. Gresik pernah menjadi pusat perdagangan internasional terutama dari bangsa-bangsa Eropa dan Asia Tengah. Karena itu, Gresik kerap melahirkan saudagar hebat seperti Nyai Ageng Pinatih. Semangatnya harus dibangkitkan lagi dengan memberikan ruang usaha bagi kelompok muda.

Sejak awal abad ke-20, geliat perdagangan di kota Gresik mulai terasa. Usaha kerajinan sepatu, terompah, tas, ketimang (sabuk besar) mulai muncul sebab kerajinan tangan Gresik terkenal kuat dan selau mengikuti mode zamannya. Melalui pabrik penyamakan kulit Gresik, pengrajin kulit mudah memperoleh kulit yang siap diproduksi.

Kegiatan ekonomi yang umumnya sebagai hasil kerajinan dan distribusi barang jasa, melahirkan pengaruh-pengaruh nyata dalam kehidupan. Tak dapat terelakkan, lalulintas komoditi dan perdagangan melahirkan kelompok-kelompok baru dalam masyarakat, yang disebut kaum pedagang. Tentu saja, kemunculan kaum pedagang ini tumbuh dengan cara-cara tertentu yang mungkin tak bisa digeneralisasi, karena masing-masing masyarakat memiliki pola perkembangan tertentu.

Mayoritas penduduk Gresik belum menyadari luasnya ruang lingkup dari bidang yang dijalannya. Hanya sedikit dari mereka yang berani mengambil resiko untuk mengubah perekonomian menjadi lebih baik. Sebagaimana diungkapkan Zainuddin (2010:16), bahwa orang - orang Gresik yang berani mengambil resiko dalam berwirausaha dan menggunakan kesempatan untuk meningkatkan taraf hidup mereka.

Di Gresik ada hubungan yang sangat erat antara agama dan ekonomi, terutama dalam menjalankan aktivitas perdagangan dan *home industry* (industri rumahan) yang tumbuh saling mendukung. Masyarakat Gresik menghargai pekerjaan sebagaimana ketaatan dalam menjalankan ibadah. Ketika tiba waktu sembahyang, mereka melepaskan pekerjaannya untuk menunaikan ibadah. Kegiatan ekonomi sama pentingnya dengan kegiatan agama. Perilaku budaya itu menyebabkan tumbuhnya industri-industri yang berkaitan dengan keperluan Ibadah dengan subur, antara lain industri songkok, sarung, terompah, mukena, dan batik yang menjadi salah satu kekuatan utama ekonomi masyarakat Gresik.

Dalam memandang pekerjaan orang Gresik menganggap bahwa menikmati pekerjaan adalah bagian dari ungkapan kebebasan, karena pekerjaan tidak bisa dilakukan dengan keterpaksaan. Bagi orang Gresik lebih baik kerja sendiri dari pada ikut orang lain. Etos kerja inilah yang sangat mewarnai cara kerja orang Gresik, yang diwariskan dari generasi ke generasi. Terdapat motto “Lebih baik jadi pedagang daripada jadi pegawai”. Dalam anggapan masyarakat Gresik, sebagai pegawai akan diperintah, tetapi jika menjadi pedagang mereka bebas mengatur usahanya dan tidak selalu tergantung pada waktu, dalam arti tidak ada

keterpaksaan dalam menjalankan pekerjaan. Sebagai bahan wawancara bisa dilihat data tabel BPS Gresik di bawah ini :

Tabel 1.1
Jumlah Penerbitan Surat Ijin Industri

No.	Jenis Surat Ijin	Tahun				
		2008	2009	2010	2011	2012
1.	<i>SIUP/Entrepreneurial permit</i>					
	Mikro	0	0	0	0	40
	Kecil	708	693	628	738	753
	Menengah	105	113	138	166	185
	Besar	53	34	65	69	52
	Total	866	840	831	973	1030

Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gresik (Gresik dalam Angka 2013).

Data di atas dapat dibaca bahwa jumlah penerbitan surat ijin usaha di Kabupaten Gresik mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dengan total usaha 866 surat ijin usaha pada tahun 2008 dan mengalami peningkatan 1030 surat ijin usaha pada tahun 2012 menunjukkan mulai tingginya minat masyarakat Gresik untuk memilih sebagai pengusaha. Hal ini disebabkan karena mayoritas masyarakat Gresik merupakan pedagang.

Di samping bidang perdagangan, Gresik mempunyai daya tarik wisata yang unik jika dikembangkan dengan baik. Ketertarikan wisatawan berkunjung ke Gresik itu disebabkan beberapa hal diantaranya sifat ramah penduduk Gresik, keindahan pemandangan, kompleks budaya, dan wisata religi.

Daya tarik wisata inilah yang menyebabkan tumbuhnya pengusaha-pengusaha garmen muslim di Gresik. Banyak para pengusaha membuka usaha mereka di tempat strategis yang dapat dijangkau oleh para wisatawan. Seperti halnya di wilayah pasar Gresik hingga kawasan wisata religi Maulana Malik Ibrahim banyak ditemukan pengusaha garmen yang sudah berdiri sepanjang jalan, hampir setiap jarak 20 meter berdiri toko garmen dan ada yang berdekatan. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel di bawah ini. Tabel ini merupakan data kasar yang diolah berdasarkan pengamatan di lokasi penelitian:

Tabel 1.2
Jumlah Toko Garmen

No.	Jenis Garmen	Jumlah Pengusaha
1.	Mukena, songkok, sarung	3
2.	Busana Muslim, jilbab	6
3.	Campuran	4

Sumber: olahan data primer 2014

Data di atas menunjukkan pengusaha garmen muslim di Gresik, khususnya wilayah pasar Gresik yang menjadi objek penelitian. Cukup banyak yang mendirikan usaha garmen muslim. Walaupun jenis garmen yang di jual ada yang sama setiap pengusaha tidak menjadikan hal ini sebuah persaingan, melainkan memotivasi untuk menciptakan inovasi dan melakukan pengembangan produk agar berbeda dengan pengusaha garmen muslim yang lain.

Pengusaha garmen muslim adalah pengusaha yang memproduksi pakaian muslim jadi dan perlengkapan pakaian muslim. Yang dimaksud dengan pakaian muslim jadi adalah segala macam pakaian dari bahan tekstil

untuk laki-laki, wanita, anak-anak, dan lain-lain berupa baju koko, mukena, sarung, songkok, jilbab, busana muslim wanita, dan baju muslim anak-anak. Industri Garmen juga merupakan industri padat karya yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar.

Pertumbuhan ekonomi Gresik dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Tahun 2012 tingkat pertumbuhannya mencapai 7,43%. Hal ini lebih baik dari tahun sebelumnya yaitu hanya 7,38%. Berdasarkan Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2011, presentase penduduk miskin di Gresik mencapai 15,33% dari jumlah penduduk. Angka pengangguran terbuka tahun 2011 sebesar 26.664 orang dari total jumlah angkatan kerja sebanyak 612.073 orang (BPS Gresik, 2013).

Perkembangan kewirausahaan di Gresik dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang tinggi. Pengembangan UMKM sebagai kekuatan strategis untuk mempercepat pembangunan daerah dapat meningkatkan jumlah UMKM di Gresik sangat signifikan yakni tahun 2011 tercatat 36.000 pelaku UMKM dengan 49 jenis produk (BPS Gresik, 2013). Pemasaran produk Gresik sudah menjangkau manca negara. Jika UMKM terus berkembang dan sehat, maka setiap tahunnya pertumbuhan ekonomi di Gresik akan terus meningkat, sehingga hal ini membuktikan bahwa perlunya peran kewirausahaan di Gresik.

Dalam Islam pun menganjurkan umat muslim untuk berwirausaha, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Jumuah ayat 10 berikut ini :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
 اللَّهُ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

fa-idzaa qudhiyati alshshalaatu faintasyiruu fii al-ardhi waibtaghuu min fadhli allaahi waudzkuruu allaaha katsiiran la'allakum tuflihuuna

“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (Depag RI, 2005)

Dalam ayat di atas dijelaskan bahwa manusia diperintahkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya ke arah yang lebih baik, serta diperintahkan berusaha untuk mencari rezeki. Dengan adanya landasan syar’i tentang kewirausahaan tersebut, menyatakan setiap muslim yang melakukan kegiatan kewirausahaan, selain melakukan kegiatan duniawi juga melaksanakan ibadah, sehingga setiap kegiatan wirausahawan harus dilandasi oleh nilai-nilai atau etika Islam yang bersumber pada Al-Quran dan Hadits. Akan tetapi pada kenyataannya, saat ini wirausahawan muslim mulai banyak bermunculan di Gresik. Wirausahawan muslim tersebut menciptakan berbagai macam bisnis yang inovatif dan menjunjung tinggi nilai-nilai atau etika Islam. Hal ini yang memotivasi para wirausahawan muslim mulai mengembangkan bisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen muslim yang selalu mencari produk halal dan sesuai dengan syariah Islam.

Prinsip-prinsip berbisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dapat menjadi pemicu umat muslim di Gresik untuk berwirausaha. Oleh karena itu, dengan adanya wirausahawan tersebut, salah satunya akan dapat membantu permasalahan perekonomian di Gresik, yaitu mengatasi masalah tingginya angka kemiskinan

dan pengangguran yang terjadi saat ini. Melalui peran wirausahawan tersebut, maka dapat membantu membuka lapangan pekerjaan yang saat ini semakin sempit.

Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut, seorang wirausahawan muslim harus memiliki kemampuan dalam menciptakan nilai tambah terhadap produk dari bisnis yang sesuai dengan syariah Islam, serta jasa layanan yang diberikan kepada pelanggan (konsumen). Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan kreativitas dan inovasi dalam menciptakan produk untuk dijadikan peluang baru dalam bisnis Islami.

Membahas tentang motivasi, Baum (2007) mendefinisikan motivasi adalah penggerak/pendorong dalam diri yang mengarahkan tindakan seseorang terhadap tujuan tertentu, dan dengan demikian memfokuskan perhatian seseorang dan mendukung tindakan yang diambil (dalam Leon, dkk, 2008). Menurut Hasibuan (2007), motivasi adalah daya penggerak yang menimbulkan kegairahan kerja pada seseorang untuk dapat efektif dan terintegrasi dalam mencapai kepuasan. Motivasi merupakan motif seseorang yang ada dalam diri, yang membangkitkan, mengaktifkan, mengarahkan perilakunya menuju pencapaian terhadap tujuan (Amirullah, 2005).

Kewirausahaan adalah berpikir dan bertindak sesuatu yang baru atau berpikir sesuatu yang lama dengan cara-cara baru. Menurut Drucker (2002), berwirausaha merupakan kegiatan menghasilkan sesuatu yang baru, berbeda dengan berpikir secara kreatif dan bertindak inovatif dalam mencapai suatu peluang yang ada (dalam Sya'roni dan Sudirham, 2012). Wirausahawan adalah

seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi baru tersebut bisa dalam bentuk memperkenalkan metode produksi baru, membuka pasar yang baru (*new market*), memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru, atau menjalankan organisasi baru pada suatu industri. Schumpeter mengkaitkan wirausaha dengan konsep inovasi yang diterapkan dalam konteks bisnis, serta mengkaitkannya dengan kombinasi sumber daya (Schumpeter, 1934:52). Menurut Hisrich, dkk (2005) menyatakan bahwa berwirausaha merupakan proses yang dinamis atas penciptaan tambahan.

Berdasarkan pengertian motivasi dan berwirausaha tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha masyarakat Gresik merupakan daya penggerak/dorongan dalam diri yang menimbulkan semangat terhadap penciptaan suatu kegiatan/pekerjaan dengan melihat peluang yang ada disekitar, bertindak berani dalam mengambil resiko, melakukan kegiatan yang inovatif, serta memiliki orientasi terhadap laba. Hal ini yang menyebabkan tumbuhnya pengusaha garmen muslim di Gresik dan banyak membuka peluang usaha dalam hal keperluan ibadah dengan subur antara lain songkok, sarung, terompah, mukena.

Orang yang memiliki motivasi berwirausaha tinggi akan cenderung melakukan inovasi pada kegiatan bisnisnya. Dalam dunia bisnis, pola pikir wirausaha mutlak diperlukan agar bisa bersaing dan mengembangkan bisnisnya. Secara sederhana, pola pikir wirausaha terbagi dalam tiga platform, yaitu (1) Inovasi (2) Improvisasi dan (3) Independensi. Inovasi dalam dunia wirausaha

yang dimaksud disini adalah kemampuan membaca peluang dan meraihnya ketika kesempatan itu berdatangan. Inovasi juga berarti menciptakan sesuatu yang baru.

Proses inovasi hanya dapat dilakukan oleh seseorang yang memiliki jiwa dan sikap kewirausahaan, yaitu seseorang yang percaya diri (yakin, optimis, dan penuh komitmen), berinisiatif (energik dan percaya diri), memiliki motif berprestasi (berorientasi hasil dan berwawasan ke depan), memiliki jiwa kepemimpinan, dan berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan (Suryana, 2011:3). Selain itu, inovasi merupakan salah satu ciri bisnis yang baik, selain harus berorientasi pada efisiensi, servis, dan responsibilitas. Hal ini dikarenakan inovasi merupakan inti dari *marketing*, karena setiap wirausahawan muslim harus memiliki suatu keunggulan yang membedakan dari wirausahawan lainnya, baik dalam bentuk produk, layanan, atau nilai tambah lainnya yang sesuai dengan syaria Islam.

Suharyadi (2008:92) mendefinisikan inovasi sebagai kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang (*doing new thing*). Sehingga, inovasi merupakan kemampuan untuk melakukan suatu hal yang baru dan berbeda. Sesuatu yang baru dan berbeda tersebut dapat dalam bentuk hasil, seperti barang dan jasa, serta dapat dalam bentuk proses, seperti ide, metode, dan cara sesuatu yang baru dan berbeda yang diciptakan melalui proses berfikir kreatif dan bertindak inovatif yang merupakan nilai tambahan dan keunggulan yang berharga. Nilai tambah yang berharga adalah sumber peluang bagi wirausahawan.

Di dalam Al-Quran telah menjelaskan perintah bagi umat muslim untuk berinovatif. Hal ini tertuang dalam QS. Ali-Imran ayat 190-191 berikut ini:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ
لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ ﴿١٩٠﴾

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ
السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا تُشَبِّحُنَا فَعِنَّا عَذَابُ
النَّارِ ﴿١٩١﴾

*inna fii khalqi alssamaawaati waal-ardhi waikhtilaafi allayli waalnnahaari
laaayaatin li-ulii al-albaabi. alladziina yadzkuuna allaaha qiyaaman
waqu'uudan wa'ala junuubihim wayatafakkaruuna fii
khalqi alssamaawaati waal-ardhi rabbanaa maa khalaqta
haadzaa baathilan subhaanaka faqinaa 'adzaaba alnnaari*

“Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang berakal, (yaitu orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadaan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): “Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha Suci Engkau, maka peliharalah kami dari siksa neraka”. (Depag RI, 2005)

Dalil di atas menjadi landasan bahwa di dalam agama Islam menganjurkan umat muslim untuk berinovasi dalam segala hal. Allah SWT telah menganjurkan bahwa sebagai umat yang berakal, sebagai manusia terus berfikir, merenung, melihat, menyaksikan, dan membuat perbandingan. Sehingga, dengan aspek-aspek tersebut seorang muslim dapat menghasilkan sesuatu yang bermanfaat untuk digunakan oleh umat muslim yang lainnya. Sebagaimana dalam bisnis Islami, seorang wirausahawan muslim harus dapat berinovasi dalam menjalankan

bisnisnya, sehingga dapat diaplikasikan dalam menghasilkan produk atau hasil dari sebuah bisnisnya.

Anderson *and* Cleveland, dalam Zahra dan Das (1993) menunjukkan bahwa tingkat inovasi adalah penting untuk strategi bisnis. Keberhasilan tingkat inovasi memberikan sesuatu yang unik atau khas pada produk dari bisnisnya, yang mungkin sebelumnya tidak pernah dilakukan oleh bisnisnya. Hal ini tentu dapat meningkatkan kinerja lebih optimal, jika dibandingkan sebelum dilakukan inovasi. Oleh karena itu, kemampuan atau kompetensi wirausahawan muslim tentang pengembangan inovasi produk terhadap bisnis Islaminya mempunyai peranan sangat penting untuk keberhasilan usaha.

Menurut Amabile (1973) menjelaskan bahwa inovasi produk sebagai implementasi sukses dari sebuah ide kreatif mengenai produk baru dalam sebuah perusahaan. Sedangkan menurut Johne (1999), inovasi produk terkait dengan pengembangan desain produk, tambahan fitur, segala atribut produk sehingga menghasilkan produk yang unik dan berbeda dengan produk pesaing lain yang telah ada. Inovasi produk dapat dilakukan pada atribut-atribut produk yang mencakup kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk (Kotler dan Amstrong, 2004: 1).

Pengembangan produk sangat penting untuk mampu mempertahankan tingkat pertumbuhan dan keuntungan perusahaan serta untuk menggantikan produk-produk yang sudah kuno. Dalam proses pengembangan produk, strategi yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Proses pengembangan produk akan bekerja

dengan baik jika semua bidang yang terlibat dalam perusahaan terlibat bekerja sama.

Perkembangan kota Gresik yang memenuhi peranan sebagai kota industri memacu masyarakat sekitar menjadi pengusaha. Walaupun usaha kecil tapi masih bergerak di bidang garmen. Hal ini menyebabkan pengusaha kecil dengan pengusaha yang lain berlomba berebut pasar yang ada. Persaingan antar pengusaha garmen muslim di Gresik sangat ketat, sehingga produsen semakin dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam pembuatan karya-karya yang akan diperjualbelikan. Dengan demikian persaingan pun terjadi secara positif dan membuka peluang bagi pengusaha-pengusaha kecil untuk lebih berkembang. Jika kita lihat perkembangan garmen muslim di Gresik sangat tinggi, kebutuhan manusia akan sandang dan kebutuhan manusia untuk selalu ingin berpenampilan *up to date* dan *stylish* masyarakat Gresik membuat manusia tidak berhenti dan merasa puas akan apa yang mereka miliki. Hal yang demikian memotivasi pengusaha-pengusaha garmen muslim di Gresik semakin menunjukkan kebolehannya dalam menciptakan kreasi dan mengembangkan inovasi produknya agar sesuai dengan selera konsumen masyarakat Gresik, dengan kualitas baik dan harga yang terjangkau. Berdasarkan penjelasan di atas, Penulis tertarik mengangkat tema tentang **“Motivasi Pengusaha Garmen Muslim di Gresik dalam Pengembangan Inovasi Produk”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengambil rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah motivasi pengusaha garmen muslim di Gresik dalam pengembangan inovasi produk?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dipaparkan dan dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi pengusaha garmen muslim di Gresik dalam pengembangan inovasi produk.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, maupun praktis, antara lain :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, sumbangan pemikiran, memperluas wawasan, dan juga sebagai dasar acuan penelitian selanjutnya bagi kebutuhan akademis, sehingga dapat menembangkan khasanah ilmu pengetahuan khususnya di bidang pendidikan kewirausahaan Islam.

2. Manfaat praktis

a. Bagi pemilik usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan informasi kepada para pemilik usaha secara umum mengenai pemahaman terhadap kewirausahaan, lalu dapat menjadi acuan dalam mengembangkan bisnis yang dijalankan dan

cara untuk menjadi wirausahawan muslim yang inovatif dan menerapkan prinsip-prinsip berbisnis secara syariah yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW.

b. Bagi dunia pendidikan

Dapat memberikan masukan dan pemikiran baru yang bermanfaat dalam penelitian ini, khususnya yang bergerak di bidang ekonomi Islam dan kewirausahaan.

c. Bagi mahasiswa

Diharapkan dapat dijadikan referensi dan bahan pustaka untuk penelitian lebih lanjut yang akan dilakukan.

d. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan, serta menerapkan disiplin ilmu yang diperoleh, mengaplikasikan teori, khususnya mengenai kewirausahawan Islam agar menjadi seorang wirausahawan muslim yang berpikir kreatif dan inovatif dalam menjalankan bisnisnya.

1.5. Sistematika Skripsi

Penentuan sistematika penulisan ini bertujuan untuk mempermudah dalam menyusun dan mempelajari bagian-bagian dari seluruh rangkaian penelitian skripsi. Adapun sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar dari penelitian skripsi, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menguraikan konsep dan teori yang berkaitan dengan judul dan permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Selain itu, pada bagian ini juga akan disampaikan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Pada bab ini juga disampaikan mengenai model analisis yang digunakan, serta di akhir bab ini disajikan kerangka berfikir penulis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan oleh penulis. Bagian-bagian dari metode penelitian ini terdiri dari pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, dan teknik analisis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai inti dari penulisan skripsi, yaitu menganalisis hasil dari penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh, maupun dari hasil pengolahan data yang dilakukan penulis. Adapun bagian-bagian dari bab ini terdiri dari gambaran umum subjek dan objek penelitian, hasil analisis, dan interpretasi.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian terakhir dari penulisan skripsi ini, yang terdiri dari simpulan mengenai hasil dari penelitian dan saran yang berkaitan dengan hasil pembahasan.