

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis di Banjarmasin kini semakin pesat dan menghadapi masa persaingan yang semakin ketat. Untuk mampu bertahan hidup, perusahaan-perusahaan sebagai pelaku bisnis dituntut untuk mampu bersaing dengan cara meningkatkan mutu kinerjanya dalam bersaing. Karena hanya pelaku usaha yang mempunyai kinerja yang baik yang akan tetap bertahan hidup. Salah satu cara yang dapat ditempuh dalam usaha meningkatkan kinerja perusahaan adalah meningkatkan mutu produk yang dihasilkan dengan melaksanakan proses kerja seefektif mungkin serta mengadakan berbagai inovasi secara intensif.

Dalam persaingan yang semakin ketat ini, perusahaan yang tidak mampu mempersiapkan produk baru akan menghadapi resiko yang berat. Perusahaan semacam ini akan mendapatkan produk-produk menjadi korban berubah-ubah kebutuhan dan selera konsumen, perkembangan teknologi baru, daur produk yang semakin pendek serta persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu cara untuk dapat memenangkan persaingan adalah dengan membuat perbedaan dari produk yang dipasarkan dibandingkan produk perusahaan saingan. Sehingga konsumen merasakan adanya perbedaan yang bersifat positif dibandingkan dari produk perusahaan lainnya. Konsep ini dinamakan dengan diferensiasi produk (Pembedaan Produk).

Dengan konsep ini, perusahaan berusaha memperkenalkan ciri-ciri baru pada produk yang dipasarkan, yaitu berupa: kemasan baru, rasa baru, ukuran baru, warna baru dan sesuatu yang dapat membedakan produk tersebut dibandingkan produk dari perusahaan saingan. Bagi perusahaan yang menerapkan konsep diferensiasi produk ini, dapat dijadikan jalan alternatif dalam menyiasati ketatnya persaingan dan akibat-akibat yang ditimbulkannya. Karena dengan diferensiasi produk, segmen pasar yang dituju oleh perusahaan akan menjadi semakin luas dan konsumen akan semakin mudah dalam menentukan pilihan produk yang diproduksi. Sehingga dengan adanya diferensiasi produk, selera konsumen tidak hanya terkonsentrasi pada segmen tertentu.

Islam menganjurkan setiap individu yang dengan menggunakan bahan baku lalu memberikannya kepada orang lain atau menjualnya supaya manusia lainnya dapat memenuhi kelangsungan hidupnya atau untuk meningkatkan dan mengembangkan kebutuhan ekonomi guna mencukupi keperluan sehari-hari. Pekerjaan seseorang yang sesuai keterampilan yang dimiliki, dikategorikan sebagai produksi, begitupun kesibukan untuk mengolah sumber penghasilan juga dapat dikatakan produksi.

Dalam firman Allah surah An-Nahl (16) : 11

يُنْبِتُ لَكُمْ بِهِ الزَّرْعَ وَالزَّيْتُونَ وَالنَّخِيلَ وَالْأَعْنَابَ وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ
إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١١﴾

Artinya : “ Dia menumbuhkan bagi kamu dengan air hujan itu tanam-tanaman; zaitun, korma, anggur dan segala macam buah-buahan. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar ada tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang memikirkan.

Islam sebagai agama yang ajarannya rahmatan lil alamin, pada dasarnya membuka peluang kepada siapapun mengembangkan usaha dalam bidang perekonomian, lebih-lebih menyangkut persoalan perekonomian umat Islam. Hal ini karena Islam menginginkan penganutnya maju dan berkembang, hidup tidak didalam kemiskinan, tidak punya jaminan hidup. Ketika Islam di yakini sebagai agama dan sekaligus suatu sistem, maka Allah Swt menyuruh kepada seluruh umat-Nya untuk bekerja. Hal tersebut juga disertai dengan jaminan bahwa Allah Swt menetapkan rezeki bagi setiap makhluk yang diciptakan-Nya. Sebagaimana firman Allah Swt dalam Q.S, Al-Jumu'ah/62:10

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

Artinya: “maka apabila jika telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah kalian di bumi dan carilah kelebihan dari Allah (karunia Allah Swt) sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung” (Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahannya, 2004,555)

Islam memerintahkan seorang muslim untuk memilih melakukan pekerjaan yang halal dan Islam juga mewajibkan seorang muslim untuk memiliki pekerjaan yang cocok bagi dirinya atau dapat dilakukan dengan cukup mampu. Fakta sejarah itu menunjukkan, Islam merupakan sistem kehidupan yang bersifat komprehensif, yang mengatur semua aspek, baik dalam sosial, ekonomi, dan politik maupun kehidupan yang bersifat spiritual. Islam adalah agama yang sempurna dan mempunyai sistem tersendiri dalam menghadapi permasalahan kehidupan, baik yang bersifat material maupun

nonmaterial, karena itu, ekonomi sebagai salah satu aspek kehidupan, tentu juga sudah diatur dalam Islam. Ini bisa dipahami sebagai agama yang sempurna, mustahil Islam tidak dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi. Suatu sistem yang dapat digunakan sebagai panduan bagi manusia dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Suatu sistem yang garis besarnya diatur dalam Alquran dan sunnah. (Mustafa Edwin Nasution, 2006, 1)

Berbicara persoalan bisnis dalam ekonomi, dianggap sebagai hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Karena dalam perspektif Islam, sistem perekonomian mengandung aturan-aturan syara yang dapat mengatur kehidupan perekonomian masyarakat secara keseluruhan. Juga sebagai makhluk sosial yang dalam kehidupannya selalu memerlukan pertolongan satu sama lain dan persekutuan-persekutuan dalam memperoleh kemajuan.(Hasbi Ash.Shidieqy 1976,hlm.5)

Apapun jenis usaha yang dikembangkan, pada intinya dalam agama islam agar umat islam rajin berusaha dan memproduksi yang baik dan halal, mampu menggali dan memanfaatkan kekayaan alam yang di anugrahkan kepada pelaku usaha demi untuk kesejahteraan bersama dan membuka lapangan kerja, dengan memperhatikan prinsip-prinsip usaha yang baik dan halal dan menghindari praktik usaha yang haram, mengandung tipuan dan membahayakan kehidupan manusia itu sendiri. Seperti yang sudah diterapkan kedai Cerita Kopi dengan mengoptimalkan pikiran dan keahliannya untuk memproduksi sebuah biji kopi menjadi minuman segar yang dapat dinikmati konsumen.

Perkembangan dunia usaha perkopian yang dipengaruhi oleh keadaan lingkungan dan gejolak persaingan menuntut perusahaan siap menghadapi tantangan pasang surutnya kondisi pasar. Begitu pula dengan perkembangan industri kopi di tanah air yang didukung oleh masyarakatnya yang cenderung menghabiskan waktu luangnya untuk bersosialisasi, mengunjungi pusat perbelanjaan, mengunjungi tempat hiburan, atau bersantai di cafe favorit.

Seiring dengan meningkatnya mobilitas dan gaya hidup khususnya di kota-kota besar di Indonesia, contohnya di Banjarmasin pertumbuhan kedai kopi pun menjadi cukup pesat. Kedai kopi dapat menjadi tempat pertemuan dengan rekan bisnis, bersantai, arisan, bahkan tempat diskusi anak muda. Meminum kopi kini bukan lagi sekedar untuk kebutuhan, tapi sebagai bagian gaya hidup, kedai kopi menjadi tempat berkumpul yang amat diminati. (Renald Kasali 2010, hlm 27)

Gaya hidup yang dimana sekarang ini sesuai dengan karakter masyarakat Banjarmasin yang suka berkumpul. Di Banjarmasin meminum kopi dapat dikatakan telah lama menjadi kebiasaan. Bagi sebagian orang, meminum secangkir kopi sudah menjadi rutinitas. Ada beberapa alasan, mulai dari pengusir rasa kantuk, hingga menjadi penyemangat sebelum memulai aktifitas di pagi hari. Seiring berkembangnya kebiasaan masyarakat Banjarmasin minum kopi dan suksesnya *brand* kopi, menginspirasi para pelaku usaha di Banjarmasin meniru usaha sejenis dengan skala yang lebih kecil dan harga yang terjangkau, contohnya kedai kopi Cerita Kopi. Cerita Kopi merupakan kedai kopi yang didirikan oleh Noor Rahman Maulana yang

masih berstatus mahasiswa aktif semester 11 di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang mana sebagai pengelola sekaligus pemilik modal. Berdasarkan wawancara kepada pemilik Kedai Cerita Kopi dan pengamatan saya, usaha ini didirikan pada tanggal 28 Maret 2018 di kedai Cerita Kopi itu sendiri.

Awal berdirinya usaha ini berbentuk angkringan, hingga pada tanggal 01 Januari 2019 pemilik memutuskan merenovasi kedai menjadi lebih *elegant* yang beralamatkan di jalan Benua Anyar Rt.06 No,88 berseberangan dengan Toko Sembako Habibi. Kedai Kopi ini buka setiap hari senin sampai dengan hari minggu, mulai dari pukul 08.00 pagi dan tutup pada pukul 02.00 dini hari. Setiap harinya, intensitas konsumen yang berkunjung ke Cerita Kopi ramai. Pengunjung sebagian besar merupakan remaja dan mahasiswa. Selain remaja dan mahasiswa ada pula pekerja dan orang dewasa yang sudah mempunyai keluarga.

Selain Kedai Kopi Cerita Kopi, ada juga kedai kopi lainnya di Banjarmasin seperti Hello Coffee, Majelis Coffee, Tusuk Coffee, dan masih banyak lagi kedai kopi lainnya. Kedai kopi ini sebagian besar mengadaptasi konsep *coffee shop premium* dengan berbagai jenis penyeduhan. Adapun Kedai kopi Cerita Kopi menawarkan proses penyeduhan manual yang dapat dilihat langsung oleh pengunjung. Hal tersebut jarang didapatkan pada kedai kopi lain. Selain itu, kedai kopi Cerita Kopi ini memperkenalkan lebih banyak jenis produk kopi lokal untuk dinikmati, dengan harga yang terjangkau namun kualitas rasa tentu tidak di ragukan lagi. Hal ini tentu

membuat kebiasaan meminum kopi akan semakin meluas, tidak hanya terbatas pada orang kantoran yang memiliki penghasilan tetap, tapi juga dapat dirasakan oleh seluruh kalangan. Banyaknya kedai kopi di Banjarmasin membuat anak muda, mahasiswa, bahkan dewasa dapat menikmati kopi dengan berbagai macam penyeduhan, rasa, serta suasana cafe yang tentunya sesuai dengan kantong mereka.

Seiring berkembangnya jumlah kedai-kedai kopi di Banjarmasin tentu membuat perhatian masyarakat untuk memilih produk kopi. Hal demikian dikarenakan masyarakat sekarang ini cenderung memiliki gaya hidup yang memperhatikan kelas sosial. Contoh gaya hidup yang berkembang yaitu gaya hidup meminum kopi di kedai-kedai favorit. Tidak jauh berbeda dengan masyarakat di negara lain yang menjadikan kopi seolah minuman wajib yang diminum setiap hari, masyarakat di Banjarmasin kini juga menerapkan kebiasaan minum kopi tersebut. Fenomena yang nampak pada masyarakat saat ini adalah fenomena masyarakat mengunjungi kedai kopi untuk nongkrong berjam-jam walaupun minum kopi hanya segelas.

Agar usaha banyak pengunjung yang datang pemilik kedai kopi Cerita Kopi menyediakan *fress bean coffee* atau kopi yang disajikan dapat dipastikan selalu segar di karenakan kedai kopi Cerita Kopi ini membeli langsung produk mentahnya dari petani dan akan menyangrai (*Roasting*) kopi nya sendiri, sehingga untuk keamanan serta sterilisasinya dapat dipastikan terjamin. Barista pun memiliki cara dan ciri khas tersendiri untuk membawa rasa produk kopi tersebut agar mendapatkan kualitas produk dan rasa yang

terbaik. Hal inilah yang menarik yang jarang didapatkan di kedai kopi lain yang masih membeli *roast bean* atau sangraian produk kopi dari luar pulau ataupun dari lokal. Sebagian kedai kopi di Banjarmasin yang masih membeli *roast bean*/kopi sangraian dari luar pulau yaitu, Focus Coffee, Monocol Coffee, Brewing chamber Coffe, Color Coffe . Banyak kedai kopi di Banjarmasin mempercayakan membeli produk *roast bean* di kedai Cerita Kopi yaitu kedai kopi Color Coffe, Matawae Coffe, Talawang Coffe, Segi Empat, Whisper Coffe and Burger termasuk semua kedai-kedai kopi yang disebutkan sebelumnya.

Di balik kopi yang tersaji nikmat tentu ada Barista yang berperan ambil di dalamnya. Beberapa proses uji dilalui, tentu memiliki langkah panjang menuju secangkir saji kopi, ada sekitar 10 tahap yang dilalui biji kopi dari benih sampai ke cangkir saji kopi. ketika panen dari pohon yang siap berbuah mulai usia tiga tahun saat *cherry* kopi merah masak di bulan ke-8, kemudian dijemur selama empat minggu (diolah dengan cara kering). Dan ada pula dengan cara yang basah: *cherry* kopi direndam, kopi yang mengembang akan disingkirkan karena memiliki mutu yang kurang bagus, kopi yang tersisa dengan mutu baik dibiarkan 36 jam sembari terus disemprot. Kemudian dikeringkan dibawah paparan sinar matahari langsung atau bisa juga menggunakan mesin untuk pengelupasan biji mentah. Kemudian disimpan di karung goni dengan suhu penyimpanan 20-25 derajat celcius agar aroma kopi tidak hilang, jika disimpan pada suhu terlalu panas aroma kopi akan mudah hilang. Dengan begitu mutu biji kopi bisa tahan lama.

Penggorengan kopi adalah dimana tahap paling penting dalam melahirkan karakteristiknya sebuah rasa dari biji kopi yang akan diseduh. Diperlukan konsentrasi, kesabaran, ketekunan dan pengetahuan sangat diperlukan dalam tahapan ini agar produk yang dihasilkan memiliki rasa yang sempurna. Kedai Cerita Kopi menyangrai kopi menggunakan mesin penyangrai dengan mesin LPG 12 kg biji kopi dan disangrai selama 18 menit. Aroma kopi mulai keluar pada menit ke-10. Kopi yang sudah disangrai dibiarkan selama 1x24 jam agar tidak lembab, kemudian disimpan didalam kaleng. Biji kopi yang sudah disangrai bisa bertahan aroma dan rasanya selama 4-5 bulan. Kemudian biji kopi digiling sebelum diseduh, karena biji kopi yang sudah digiling hanya mampu bertahan selama kurang lebih dua minggu.(Noor Rahman Maulana, 2019)

Melihat beberapa proses yang cukup panjang dan sedikit rumit, tentu tidak heran jika banyak kedai kopi memutuskan atau memilih membeli kopi yang sudah disangrai yang biasa disebut *roasbeans* dari dalam atau luar daerah. Berbagai faktor yang tergolong diferensiasi produk tersebut membuat Kedai Cerita Kopi memiliki keunggulan bersaing sehingga mampu bertahan di antara pelaku usaha sejenis. Berdasarkan fenomena kondisi kompetisi bisnis, termasuk pada industri kopi, yang menuntut setiap pelaku usaha manajemen strategi guna mampu bersaing dalam pasar sehingga dapat mempertahankan posisi yang unggul dalam kancah persaingan, dan kesuksesan yang dicapai Cerita Kopi. Berdasarkan uraian penulis tertarik untuk menuangkan dalam bentuk skripsi yang diberi judul “**Strategi**

Diferensiasi Produk Kedai Cerita Kopi untuk Menarik Minat Konsumen”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi diferensiasi produk kedai Cerita Kopi untuk menarik minat konsumen?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen berkunjung ke Kedai Cerita Kopi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi diferensiasi produk kedai Cerita Kopi untuk menarik minat konsumen.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen berkunjung ke Kedai Cerita Kopi.

D. Signifikansi Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoristis

Dapat membandingkan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan yang terjadi di lapangan dan sebagai bahan referensi untuk pengembangan selanjutnya dan sebagai bahan bacaan bagi dosen

dan mahasiswa yang membutuhkan khususnya untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Secara praktis

penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pemilik kedai sebagai informasi tentang apa yang paling mempengaruhi minat konsumen dalam memilih kedai kopi sehingga pemilik kedai mengetahui apa yang paling diinginkan oleh konsumennya.

E. Definisi Operasional

Definisi Penelitian adalah spesifikasi kegiatan peneliti dalam mengukur atau memanipulasi suatu variabel. Definisi penelitian memberi batasan atau arti suatu variabel dengan merinci hal yang harus dikerjakan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut. (Idrus Muhammad, 2019, hlm.18)

Untuk memudahkan pemahaman terhadap judul dari skripsi ini dan menghindari terjadi kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasi judul serta permasalahan yang akan diteliti, maka perlu adanya batasan istilah sebagai berikut:

1. Strategi, adalah rencana lengkap untuk mencapai tujuan organisasi.(Ricky W.Griffin 2004, hlm 249) Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah strategi pemilik Kedai Cerita Kopi dalam mendiferensiasikan produknya.
2. Diferensiasi, diferensiasi adalah sebuah upaya mengintegrasikan konten, konteks, dan infrastruktur produk dan layanan yang kita tawarkan

kepada konsumen. (Hermawan kartajaya 2004,hlm.14) Diferensiasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah diferensiasi produk kopi yang dijual oleh pemilik kedai Cerita Kopi kepada konsumen.

3. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar agar mendapatkan perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.(Philip Kotler dan Gary Amstrong, 2008, hlm 266) Produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah produk kopi.

4. Kedai kopi adalah sebuah tempat yang menyediakan atau menjual kopi atau minuman variasi lainnya. Dari sebuah pengamatan budaya kedai kopi banyak memberikan layanan sebagai pusat interaksi sosial, kedai kopi dapat dilihat memberi kesempatan kepada anggota-anggota sosial untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca, menghibur satu sama lain, atau membuang waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil. Kedai kopi yang di maksud dalam penelitian ini adalah kedai kopi Cerita Kopi yang beralamat di jl Banua Anyar Banjarmasin.

5. Minat adalah perhatian, kesukaan, keinginan atau kecendrungan hati konsumen terhadap sesuatu.(W.J.S.Poerwadarminta,2002,hlm.968). Minat yang dimaksud penulis di sini adalah ketertarikan konsumen untuk datang ke Kedai Cerita Kopi.

6. Konsumen adalah pembeli, pengguna, pemakai, penikmat barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat. Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang datang ke kedai Cerita Kopi.

F. Kajian Pustaka

Dalam konteks ini penulis telah membaca dan mencari dari penelitian yang sudah dilakukan peneliti lain terutama dengan tema keunggulan bersaing melalui diferensiasi pelayanan. Ada beberapa penelitian yang dianggap relevan untuk mendukung dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

Pertama, skripsi saudari Shofa Sholihin dengan judul “*Analisis Strategi Diferensiasi Citra Dalam Pemasaran Travel Maktour*”. (Shofa Sholihin, 2011) Dalam penelitian ini menggunakan diferensiasi citra yaitu : citra bayangan, citra terkini, citra harapan, citra lembaga dan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung Travel Maktour. Persamaan dari penelitian saudari Shofa sholihin dengan penelitian yang akan saya lakukan adalah pada strategi diferensinya. Sedangkan perbedaan pada penelitian yang akan saya lakukan adalah pada fokus penelitian, dimana pada penelitian saudari Shofa Sholihin berfokus pada diferensiasi citra sedangkan pada penelitian saya berfokus pada diferensiasi produk.

Kedua, skripsi saudari Wina Asty dengan judul “*Strategi Diferensiasi Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing di Savali Hotel Padang*”.(Wina Asty, 2015) Penelitian ini menggunakan strategi diferensiasi untuk menciptakan keunggulan bersaing. Persamaan penelitian saudari Wina Asty dengan penelitian yang akan saya lakukan adalah terletak pada metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif. Serta persamaan yang lain

yakni pada penelitian ini juga menggunakan strategi diferensiasi sebagai cara untuk menciptakan keunggulan bersaing. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini terletak pada fokus strategi diferensiasinya. Pada penelitian yang saya lakukan menggunakan diferensiasi produk sedangkan dalam penelitian saudara Wina Asty mencakup seluruh strategi diferensiasi.

Ketiga, skripsi Rina Rifqie Mariana (2009) dengan judul "*Pengaruh Diferensiasi Produk Kripik Tempe Terhadap Loyalitas Konsumen di Kota Malang*" (Rina Rifqie Mariana, 2009) Progam Studi Tata Boga Politeknik Negeri Balikpapan. Penelitian ini menggunakan strategi diferensiasi. Persamaan penelitian saudara Rina Rifqie dengan penelitian yang akan saya lakukan adalah terletak pada metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif, serta persamaan yang lain yakni pada penelitian ini juga menggunakan strategi diferensiasi produk. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini terletak pada produk dan tempat yang diteliti. Pada penelitian yang saya lakukan meneliti produk kedai kopi yang bertempat di Banua Anyar Banjarmasin, sedangkan saudara Rina Rifqie meneliti produk tempe yang bertempat di kota Malang.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan meupakan bab yang akan menguraikan latar belakang masalah dan alasan memilih judul serta gambaran dari permasalahan

yang diteliti. Permasalahan yang telah tergambarkan dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu disusun dalam tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam penelitian yang bermakna umum atau luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai adanya informasi tulisan atau penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penelitian merupakan susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II berisi landasan teori, yang digunakan dalam penulisan skripsi yang isinya berupa teori-teori yang mendukung dan relevan dari buku-buku ataupun literatur lain yang berkaitan dengan permasalahan yang ingin diteliti oleh peneliti.

Bab III adalah, membahas metode penelitian untuk mempermudah dalam melakukan penelitian maka perlu dibuat jenis sifat dan lokasi penelitian. Dalam melakukan penelitian agar tepat sasaran apa yang ingin dicapai maka perlu adanya subyek dan obyek penelitian. Data dan sumber data sangat diperlukan dalam penelitian ini agar hasil dari penelitian ini menjadi jelas dan valid. Dalam pengumpulan data harus ada suatu cara agar dapat terkumpul nantinya harus lengkap dan jelas maka buatlah teknik pengumpulan data yang dimaksudkan dalam prosedur penelitian.

Bab IV penyajian data yang terdiri dari laporan penelitian, dalam bab ini semua laporan penelitian disajikan dan analisisnya berhubungan langsung dengan rumusan masalah, yaitu tentang hasil dan analisa data serta jawaban atas rumusan masalah yang menjadi permasalahan dan penelitian.

Bab V merupakan penutup dari penelitian yang dilakukan, terdiri dari simpulan dan saran. Hal ini dimaksudkan sebagai penegasan terhadap jawaban atas permasalahan yang dipaparkan. Setelah itu peneliti memberikan saran berdasarkan kesimpulan tersebut sebagai bahan rekomendasi kepada pihak-pihak yang terkait dengan permasalahan ini. Pada akhirnya penulisan skripsi ini dilengkapi dengan daftar pustaka sebagai rujukan.