BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian Indonesia khususnya dalam sektor jasa menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat tidak terkecuali pada sektor perbankan, dimana pada saat ini persaingan dalam dunia perbankan tidak lagi bertumpu pada produk tetapi lebih bertumpu pada pelayanannya, hal tersebut membuat perbankan harus lebih cepat dan tanggap dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya melayani masyarakat.

Pengertian bank menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan adalah: “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan ataubentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, bank harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik (*service excellence*) untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin hari semakin kompetitif. Sehingga pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan maka perusahaan tidak akan ada (Nina, 2010, hlm. 5).

Untuk itu berbagai bentuk pelayanan untuk mendapatkan tingkat kepuasan nasabah dan setiap tingkat kepuasan tersebut akan memberikan umpan balik untuk perbankan syariah. Menurut (Lovelock & Wirtz, 2011, hlm. 104) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan.

Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk, jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Seperti memuaskan yaitu membuat nasabah puas dan datang kembali, selanjutnya standar yaitu tingkat yang membuat nasabah datang kembali dan kemungkinan tidak, dan yang terakhir mengecewakan atau jera untuk datang kembali bahkan bisa melakukan perlawanan dengan itu pelayanan perlu diperhatikan untuk persaingan bisnis Islam seperti strategi pemasaran. Strategi pemasaran perbankan syariah dilakukan secara konsisten atau bijak sana, serta tetap berpegang teguh dengan ketentuan-ketentuan dan aturan main yang sudah ditetapkan bank Indonesia seperti Strategi pemasaran memerlukan sebuah etika.

Dalam melakukan transaksi atau jasa bank berpegang pada prosedur atau mekanisme yang telah ditetapkan seperti menjauhkan unsur-unsur kepentingan pribadi atau kelompok sehingga dapat memberikan pelayanan terbaik. Pelayanan terbaik itu disebut pelayanan prima (Mukarom dan Wijaya, 2015, hlm. 148).

Dapat dikatakan bahwa sebuah usaha perbankan haruslah mampu memberikan sebuah pelayanan yang prima dimana pelayanan yang prima tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan dibandingkan dengan usaha perbankan lainnya sehingga mampu bertahan dalam iklim persaingan yang ketat.

Sebagaimana Firman Allah dalam surah QS. Ali-Imran/3:159, yaitu:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
مُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya” (Departemen Agama RI, 2004, hlm. 112).

Pihak perbankan hendaknya memperhatikan beberapa aspek yang layak diperhatikan dalam meningkatkan penerapan pelayanan prima. Beberapa aspek tersebut antara lain, yaitu: Ketepatan waktu pelayanan, Akurasi pelayanan, Kesopanan dan Keramahan, Tanggung Jawab, Kelengkapan, Kemudahan Mendapatkan Pelayanan, Variasi Pelayanan, Kenyamanan, Pelayanan Pribadi, dan Atribut Pendukung dasar seperti AC dan lain- lain (Gaspersz, 1997, hlm. 56).

Untuk menghadapi persaingan antara lembaga perbankan yang semakin ketat, sekarang ini telah dikembangkan berbagai konsep pelayanan nasabah dengan tujuan mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah-nasabah potensial.

Ciri pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan adalah memiliki karyawan yang profesional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, tersedia ragam produk yang diinginkan, bertanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai, memberikan jaminan kerahasiaan setiap

transaksi, memiliki pengetahuan umum lainnya, mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan (Kasmir, 2005, hlm. 9).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pelayanan bank dalam hubungannya dengan kepuasan nasabah adalah pelayanan prima. Dimana menurut Atep bahwa layanan prima atau *service excellence* bertitik tolak pada pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen/pelanggan (Brata, 2006, hlm. 25). Nilai yang menjadi dasar pelayanan *Islamic Priority Banking*, sebagaimana ada dalam firman Allah SWT., yaitu:

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا
بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا
تَجْمَعُونَ ﴿١٣﴾

Artinya: “Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan”.(QS. Az-Zukhruf/43: 32) (Departemen Agama RI, 2004, hlm. 108).

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ
وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya: “dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang

berbuat kerusakan". (Q.S Al-Qashash/28: 77)(Departemen Agama RI, 2004, hlm. 201)

Dari beberapa ayat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam pandangan Islam Allah tidak membedakan derajat manusia, berbuat baik kepada orang lain untuk kebahagiaan dunia dan akhirat serta tidak berbuat kerusakan di muka bumi, menjelaskan tentang apabila kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya maka nafkahkanlah sebagian hartamu di jalan Allah. Harta yang dinafkahkan di jalan Allah akan dilipatgandakan sehingga mendapatkan ganjaran pahala yang besar.

Sehingga inti dari usaha dunia perbankan adalah masyarakat (nasabah). Karenanya sebuah bank dikatakan kuat apabila memiliki kepercayaan dari nasabah. Namun sekuat apapun bank yang dimaksud, jika masyarakat (nasabah) kehilangan kepercayaan, bank apapun namanya dan dimanapun tempatnya di dunia serta siapapun pemiliknya tidak akan dapat bertahan hidup. Dalam hal ini bank juga harus menyadari apa yang menjadi tugas utamanya, yaitu memenuhi kebutuhan nasabah-nasabahnya dan berusaha memuaskan mereka. Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan (nasabah), suatu organisasi jasa (bank) harus melakukan empat hal, yaitu:

1. Mengidentifikasi siapa pelanggannya.
2. Memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas.
3. Memahami strategi dari kualitas layanan pelanggan.
4. Memahami siklus umpan pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan. (Fandi, 2005, hlm. 129)

Selain itu pula bank harus membina hubungan baik yang dinamis dan harmonis selain itu juga diperlukan komunikasi yang efektif dan untuk bisa berkomunikasi dengan efektif, selain melalui publikasi lewat media massa, salah satu caranya adalah dengan membentuk bagian *customer service* yang dapat menjadi jembatan untuk mempererat hubungan dengan pihak luar perusahaan (publik atau nasabah) demi terciptanya opini publik yang menguntungkan perusahaan. Sebagai bagian dari perbankan maka *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. *Customer service* juga harus bertanggung jawab dari awal sampai dengan selesainya suatu pelayanan nasabah. Fungsi dan tugas-tugas *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima.

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah BSI KCP Martapura yang merupakan salah satu pelaku bisnis yang bergerak dalam industri perbankan, dengan menyediakan berbagai produk jasa perbankan yang tersedia untuk semua lapisan masyarakat. Mulai dari berbagai macam bentuk fasilitas tabungan, sarana pembiayaan, serta kemudahan jasa perbankan seperti ATM dan lain-lain. BSI KCP Martapura merupakan salah satu perbankan syariah yang banyak mendapat respon positif dari masyarakat sekitar, serta berdasarkan pengamatan sementara sudah melakukan pelayanan prima kepada setiap nasabah tanpa membedakan nasabah

PT Bank BNI Syariah resmi berganti nama setelah merger dengan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BRISyariah Tbk (BRIS). Bank hasil penggabungan ini bernama PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Perubahan nama PT

Bank BNI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia akan efektif sejak tanggal persetujuan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia terhadap perubahan Anggaran Dasar PT Bank BNI Syariah yang akan berubah nama menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai bank hasil penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRISyariah Tbk yaitu tanggal 1 Februari 2021.

Terhitung mulai 1 Februari, nama PT Bank BNI Syariah tercatat di Bursa Efek Indonesia dengan nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan, proses perizinan bank tersebut telah disetujui pada Rabu 27 Januari 2021. OJK memang telah mengatakan kalau proses tersebut bakal diproses sebelum tanggal 1 Februari 2021.

Dimana pada tahun 2019 saat peneliti melakukan Magang ada salah satu nasabah dari Kalteng mengeluh dengan pelayanan prima yang dilakukan oleh CS dimana pada saat itu nasabah tersebut datang pada pukul 16:00 WITA sedangkan bank akan tutup sehingga CS menolak serta menjelaskan secara baik-baik bahwa bank akan tutup sehingga tidak bisa melakukan pelayanan, akan tetapi ternyata nasabah tersebut membagikan kekesalannya melalui media sosial. Dalam industri perbankan, hendaknya harus benar-benar mengetahui dan memahami mengenai perilaku para pelanggan, tentang apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan. Disamping hal tersebut, pihak perbankan harus mampu menganalisis beberapa dimensi dalam kaitannya dengan pelayanan prima dan bagaimana penerapannya. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul mengenai

“Strategi Pelayanan Prima oleh *Customer Service* dalam Mencapai Kepuasan Nasabah di BSI KCP Martapura”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu:

1. Bagaimana pelayanan prima oleh *customer service* dalam mencapai kepuasan nasabah di BSI KCP Martapura?
2. Apa saja strategi pelayanan prima yang digunakan oleh *customer service* dalam mencapai kepuasan nasabah di BSI KCP Martapura?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari diadakannya penelitian tersebut oleh penulis, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan prima oleh *customer service* dalam mencapai kepuasan nasabah di BSI KCP Martapura.
2. Untuk mengetahui apa saja strategi pelayanan prima yang digunakan oleh *customer service* dalam mencapai kepuasan nasabah di BSI KCP Martapura.

D. Kegunaan Penelitian

Sejalan dengan tujuan penelitian tersebut, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat atau kegunaan sebagai berikut:

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan berguna untuk:

- a. Menjadi sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh dibangku kuliah dan menambah pengalaman serta sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya.
  - b. Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi pelayanan prima oleh *customer service* dalam mencapai kepuasan nasabah di BSI KCP Martapura.
  - c. Penelitian ini dapat menjadi sumber dan menambah khazanah ilmu pengetahuan bagi kalangan akademis dalam menunjang akademisnya dan juga hasil penelitian ini dapat menambah perbendaharaan kepustakaan bagi UIN Antasari Banjarmasin, khususnya mengenai strategi pelayanan prima oleh *customer service* dalam mencapai kepuasan nasabah di BSI KCP Martapura.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi masyarakat umum dan mahasiswa yang lain, selain itu dapat juga dijadikan bahan bacaan serta mengetahui lebih dalam tentang strategi pelayanan prima oleh *customer service* dalam mencapai kepuasan nasabah di BSI KCP Martapura. Skripsi ini juga diharapkan bisa memberikan manfaat serta masukan bagi BSI KCP Martapura khususnya dalam pelaksanaan pelayanan prima kepada konsumen/nasabah.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami penelitian ini, maka penulis merasa perlu memberikan batasan istilah dan penegasan judul penelitian sebagai berikut:

1. Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* dengan kata lain *stratos* dan *ag*, *stratos* berarti “militer” dan *ag* artinya “memimpin” (Rachmat, 2014, hlm. 2). Menurut Kenneth Andrew yang dikutip oleh Pandji Anoraga strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan dan kebijakan, serta rencana-rencana penting untuk mencapai tujuan itu, yang dinyatakan dengan seperti menetapkan bisnis yang dianut atau yang akan dianut oleh perusahaan, dan jenis atau akan menjadi jenis apa perusahaan ini (Anoraga, 2009, hlm. 339). Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pada dasarnya merupakan suatu perencanaan jangka panjang untuk mencapai suatu tujuan dari perusahaan atau organisasi. Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini ialah pelayanan prima oleh *customer service*.
2. Pelayanan secara etimologi, Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah perihal atau cara melayani/ kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jasa (Muliono, 1998, hlm. 504). Sehingga menurut Atep bahwa layanan prima atau *service excellence* bertitik tolak pada pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen/pelanggan (Barata, 2006, hlm. 25). Pelayanan prima yang dimaksud dalam penelitian ini ialah pada bagian *Customer Service*.

3. Secara umum, pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Seorang *customer service* memegang peranan yang sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relation* (Awaluddin, 2011, hlm. 24). Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *customer service* merupakan karyawan yang bertugas untuk meberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya dan bertugas untuk memberikan jasa keuangan melalui simpanan, pembiayaan serta jasa-jasa keuangan lainnya. *Customer service* yang dimaksud dalam penelitian ini ialah dalam mencapai kepuasan nasabah di BSI KCP Martapura.

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang penulis lakukan, berkaitan dengan strategi pelayanan prima oleh *customer service* dalam mencapai kepuasan nasabah di BSI KCP Martapura, telah ditemukan penelitian sebelumnya yang mengkaji tentang persoalan tersebut, namun demikian memiliki substansi berbeda dengan persoalan yang penulis angkat, penelitian yang dimaksud yaitu:

1. Hikmatun Raydhah, Institut Agama Islam Negeri Antasari, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, 2019. Skripsi yang

berjudul “*Service Excellence pada Customer Service di PT. Bank BRISyariah KC. Banjarmasin*”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer service* mampu menerapkan standar yang sudah ditetapkan oleh PT. Bank BRISyariah KC. Banjarmasin kedalam pelayanan yang sudah menjadi tugasnya yaitu, pelayanan prima yang meliputi aspek dasar kemampuan (*Ability*), sikap (*Attitude*), penampilan (*Appearance*), perhatian (*Attention*), tindakan (*Action*), pertanggungjawaban (*Accountability*). Adapun kendala *customer service* dalam mewujudkan pelayanan prima yaitu kendala dalam pengoperasionalan komputer disebabkan oleh jaringan komputer yang lamban, keterbatasan karyawan dan kurangnya pemahaman nasabah terhadap penjelasan yang diberikan oleh *customer service*.

Berdasarkan penelaahan penulis terhadap penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan dimana sama-sama meneliti tentang pelayanan prima (*service excellence*). Tetapi juga banyak perbedaan seperti lokasi, tujuan penelitian, kemudian informasi yang digunakan dan aspek yang ingin diketahui. Namun penelitian ini tetap menjadi panduan guna mendapatkan referensi penulisan yang benar. Dalam penelitian yang akan diangkat penulis lebih banyak menitik beratkan pada perbedaan strategi pelayanan prima oleh *customer service* dalam mencapai kepuasan nasabah di BSI KCP Martapura sedangkan dalam penelitian ini lebih menekankan pada *service excellence* hanya pada *customer service* di BRISyariah KC. Banjarmasin.

2. Nurul Khatimah, Institut Agama Islam Negeri Antasari, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Jurusan Perbankan Syariah, 2016. Skripsi yang berjudul “*Strategi Mencapai Service Excellence dengan Metode Role Play (Studi Kasus pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Batulicin)*”.

Hasil dalam penelitian ini, Pertama: strategi dalam mencapai *service excellence* dengan metode *role play* yang digunakan dalam perbankan juga sama dalam teori pembelajaran di sekolah. Akan tetapi, praktek pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Batulicin *role play* digunakan untuk menghayati perannya sehari-hari dalam menangani masalah yang dihadapi atau akan dihadapi dalam pelayanan walupun nasabah di sini diperankan oleh karyawan/karyawati bank. Bentuk *role play* di sini seperti pengujian pemahaman dan *skill front liners* dalam menghadapi nasabah yang memiliki masalah, melakukan transaksi ataupun mencari informasi. *Role play* pada Bank Syariah Mandiri merupakan metode dari salah satu strategi yang dimiliki karena sudah ditentukan oleh kantor Pusat.

Kedua: kendala-kendala saat *role palay* berlangsung yaitu; kurangnya komunikasi antara *front liners* dan nasabah dengan penguji. *Human error* di mana *front liners* melakukan kesalahan dalam menanggapi masalah ataupun menjalankan transaksi. Oleh karena itu, untuk mengatasinya berpedoman dan memahami ciri-ciri pelayanan yang baik yang seharusnya dimiliki oleh bagian *front liners*.

Berdasarkan penelaahan penulis terhadap penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan dimana sama-sama meneliti tentang

pelayanan prima (*service excellence*). Tetapi juga banyak perbedaan seperti lokasi, tujuan penelitian, kemudian informasi yang digunakan dan aspek yang ingin diketahui. Namun penelitian ini tetap menjadi panduan guna mendapatkan referensi penulisan yang benar. Dalam penelitian yang akan diangkat penulis lebih banyak menitik beratkan pada perbedaan pelaksanaan perbedaan strategi pelayanan prima oleh *customer service* dalam mencapai kepuasan nasabah di BSI KCP Martapura sedangkan dalam penelitian ini lebih menekankan pada strategi mencapai *service excellence* dengan metode *role play*.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan persoalan yang ada dalam penulisan skripsi ini. Dalam hal ini skripsi ini terdiri dari empat bab, yaitu:

Bab pertama, berisi tentang pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dari diadakannya penelitian, manfaat dalam melakukan penelitian, untuk menghindari kekeliruan dalam memahami penelitian ini, maka penulis merasa perlu memberikan batasan istilah dan penegasan judul penelitian, kajian pustaka untuk mempermudah penulisan sehingga ada acuan dan membuktikan bahwa penulisan ini bukan plagiat, dan sistematika penulisan.

Bab kedua, landasan teori yang membahas tentang strategi, pelayanan prima, dan *customer service*. Bab kedua inilah yang menjadi basis teori yang digunakan penyusun dalam menganalisis bab empat.

Bab ketiga, metode penelitian yang terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian, subyek dan obyek penelitian, data dan sumber data, teknik

pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, dan tahapan penelitian, inilah yang menjadi metode untuk mensinkronkan antara bab dua dan hasil penelitian.

Bab keempat, laporan hasil penelitian yang membahas tentang penyajian data dari hasil wawancara, dan analisis data yang beracuan dari bab tiga. Analisis data inilah yang menjadi hasil dari penelitian yang dilakukan.

Bab kelima, penulis mengakhiri pembahasan dari ketiga bab tersebut, dengan menarik kesimpulan akhir sebagai ringkasan singkat titik temu atas penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran yang dipaparkan secara ringkasan.