

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman sekarang dalam era persaingan bisnis yang pesat, masyarakat dituntut untuk menempuh langkah-langkah strategik dalam bersaing pada kondisi apapun. Selain tuntutan akan kemampuan bersaing, masyarakat juga dituntut untuk memiliki keunggulan yang dapat membedakan kualitas yang satu dengan lainnya. Pada zaman sekarang, masyarakat harus dapat berinovasi untuk meningkatkan kualitas diri.

Selama empat dasawarsa terakhir ini, perhatian utama perekonomian dunia tertuju pada cara-cara untuk mempercepat tingkat pertumbuhan ekonomi. Para ekonom di negara kaya dan miskin yang menganut sistem kapitalis, sosialis maupun campuran semuanya sangat mendambakan dan menomorsatukan pertumbuhan ekonomi (*economic growth*). "Pengejaran pertumbuhan" merupakan tema sentral dalam kehidupan ekonomi semua negara di dunia dewasa ini. Berhasil tidaknya program-program pembangunan di negara dunia ketiga sering dinilai berdasarkan tinggi rendahnya tingkat pertumbuhan *output* dan pendapatan nasional.

Semua negara yang masuk dalam kategori negara-negara berkembang contohnya negara Indonesia, meskipun diantaranya relatif kaya sementara sebagian lain relatif miskin. Mayoritas negara-negara ini, terutama yang miskin seperti negara berkembang lainnya, dihadapkan pada persoalan yang sulit. Salah satu problemnya adalah ketidakseimbangan ekonomi makro yang dicerminkan dalam angka pengangguran dan inflasi yang tinggi, defisit neraca pembayaran yang sangat besar, depresiasi nilai tukar mata uang yang berkelanjutan dan beban utang yang berat, problem lainnya adalah kesenjangan pendapatan dan kekayaan yang sangat melebar diantara golongan yang berbeda-beda dari setiap negara dan juga antar negara muslim.

Berdasarkan pada temuan penelitian oleh Mapisangka (2009) dalam jurnal Implementasi CSR terhadap kesejahteraan hidup masyarakat dapat dijelaskan lagi bahwa program CSR perusahaan ditujukan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam komunitas sosial masyarakat. Hal ini penting, karena secara sebuah identitas bisnis keberadaan sebuah korporat tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan dan *support* dari masyarakat. Secara ekonomi, filosofi profit *maximizing* perusahaan tidak akan tercapai manakala produk yang dijual di pasar tidak laku. Dalam hal ini peran konsumen sebagai bagian dari komunitas masyarakat sangat penting dalam menunjang keberlangsungan perusahaan. Pada sisi lain juga dapat dijelaskan bahwa, keberadaan perusahaan di suatu lingkungan masyarakat akan terasa nyaman dan tenang dalam kegiatan operasionalnya manakala masyarakat sekitar perusahaan bersifat kooperatif dengan perusahaan. Oleh karena itulah peranan CSR perusahaan sangat penting manakala perusahaan masih tetap ingin menjalankan fungsi bisnisnya dalam Mapisangka (2009, hlm 44).

Dalam menghadapi permasalahan ekonomi saat ini dan kebutuhan yang seiring waktu semakin meningkat, banyak sebagian masyarakat Indonesia yang mensiasati hal ini untuk mendirikan sebuah usaha UMKM (usaha mikro kecil menengah). Konsep usaha kecil menengah (UKM) sangat berbeda antara satu negara dengan negara lain. Di Kanada, UKM didefinisikan sebagai suatu bisnis kecil dengan karyawan berjumlah kurang dari 100 orang apabila bisnis tersebut menghasilkan barang dan karyawan berjumlah kurang dari 50 orang apabila bisnis tersebut menghasilkan jasa. Jika suatu perusahaan beranggotakan karyawan lebih dari jumlah tersebut namun masih berjumlah kurang dari 500 orang, maka perusahaan tersebut diklasifikasikan sebagai *medium-sized business* atau usaha menengah (Mileniawati, 2006) dalam Isnaini (2007, hlm 4).

Di Indonesia, terdapat beberapa konsep UKM yang berbeda tergantung pada siapa yang mendefinisikannya. Departemen perindustrian dan perdagangan di Indonesia menetapkan bahwa skala usaha UKM dibagi menjadi industri mikro (1-4 pekerja), industri kecil (5-19 pekerja), dan industri menengah (20-99 pekerja) (Sule & Saefullah, 2005). Departemen koperasi dan usaha kecil menengah (BisInfocus dalam Manurung, 2006) mengelompokkan UKM menjadi tiga

kelompok berdasarkan total asset, total penjualan tahunan, dan status usaha yaitu usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah dalam Isnaini (2007, hlm 4)

Hambatan utama yang dihadapi adalah kemiskinan. Walaupun pemerintah sudah memberlakukan wajib belajar 12 tahun dan membebaskan uang sekolah serta memberi berbagai kemudahan dan beasiswa, tetapi kemiskinan membuat banyak keluarga memutuskan untuk tidak menyekolahkan anak-anaknya lebih lanjut. Hal ini dapat dipahami mengingat sekolah tidak hanya bayar uang sekolah tapi juga membeli seragam, biaya transpor, uang jajan dan pungutan sekolah.

Berdasarkan website Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Selatan menunjukkan jumlah presentase kemiskinan yang dialami khususnya di daerah Jakarta selatan, sebagai berikut:

**Tabel 1. Tabel Kemiskinan Kota Adm Jakarta Selatan**

Tabel Kemiskinan Kota	Tabel kemiskinan kota Jakarta Selatan	
	2015	2016
Jumlah Penduduk Miskin (000)	74,6	71,6
Presentase Penduduk Miskin	3,41	3,27
Indeks Kedalaman Kemiskinan (P1)	0,39	0,27
Indeks Keperahan Kemiskinan (P2)	0,07	0,04
Garis Kemiskinan (Rp/Kapita/Bulan)	567,685	594,380

Sumber: <https://jakselkota.bps.go.id>

Pada tabel diatas menunjukkan tingkat kemiskinan yang dialami di daerah Kecamatan Cilandak masih cukup tinggi, sehingga ini menjadi salah satu masalah sosial bagi warga Kecamatan Cilandak. Sehingga kebutuhan sosial yang dibutuhkan para warga Kecamatan Cilandak adalah peningkatan kesejahteraan ekonomi.

Salah satu usaha yang sangat di andalkan masyarakat menengah kebawah ialah usaha mikro kecil menengah. pada dasarnya usaha mikro kecil menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Adapun UKM atau yang biasa dikenal dengan usaha kecil menengah merupakan sebuah istilah yang mengacu pada suatu jenis usaha yang didirikan oleh pribadi dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (belum termasuk tanah dan bangunan) menurut Nayla (2014, hlm 12).

Kondisi yang dialami UMKM saat ini umumnya merasa kesulitan dalam memasarkan produknya. Hal ini diduga diakibatkan kurangnya kemampuan dalam mengelola pasar dan sulitnya menjangkau pasar yang lebih luas. Pemasaran yang efektif dan efisien, seperti sarana online dan menjalin mitra usaha dapat meningkatkan omzet, keuntungan bahkan memperluas jangkauan pasar UMKM. Menurut Kristiyanti (2012), pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam mengembangkan kemitraan UMKM sehingga UMKM dapat berperan aktif dalam kemajuan ekonomi dengan bersaing dengan perusahaan besar dalam Santoso, dkk (2015).

Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktivitasnya, sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis, kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UMKM (usaha mikro kecil menengah), terlebih lagi unit usaha ini seringkali terabaikan hanya karena hasil produksinya dalam skala kecil dan belum mampu bersaing dengan unit usaha lainnya.

Pengembangan UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah, perusahaan maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM. Pemerintah dan perusahaan besar perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya.

Tingkat pengangguran yang tinggi juga menjadi salah satu penyebab mengapa perekonomian di Indonesia sangat sulit untuk berkembang pesat dan menyaingi Negara maju, karena dengan tidak mengenyam pendidikan, kurangnya pengetahuan dan keahlian menyebabkan banyak orang yang putus asa dan tidak mau berkembang untuk memulai suatu usaha untuk meningkatkan kualitas hidup mereka.

Dengan beberapa permasalahan yang telah dijabarkan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa perekonomian masyarakat Indonesia menjadi salah satu yang sangat penting untuk melihat seberapa pesatkah negara Indonesia dapat meningkat atau bahkan berkembang. Peningkatan perekonomian masyarakat inilah menjadi salah satu fokus program yang dimiliki oleh CSR PT FIFGROUP dengan tujuan ingin membantu masyarakat kecil menengah untuk membangun usaha UMKM mereka kearah yang lebih baik atau dapat membantu masyarakat itu sendiri untuk membuka atau memulai suatu usaha mikro kecil menengah.

CSR itu sendiri adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya.

Tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak secara lebih luas (stakeholders) daripada hanya sekedar mementingkan kepentingan perusahaan sendiri. Tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR berkaitan dengan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, karyawan, pemasok, investor, komunitas masyarakat, pemerintah, dan juga kompetitornya.

Tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR juga bertujuan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan untuk mengatasi dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatan perusahaan. Tidak dapat dipungkiri selain dampak positif yang timbul dari berdirinya sebuah perusahaan, terdapat pula dampak negatif yang ditimbulkan dari usaha kegiatan yang dijalankan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berbasis sumber daya alam dalam menjalankan kegiatan industrinya secara tidak langsung memberikan dampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.

Kewajiban pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR yang telah menjadi tanggung jawab hukum perusahaan dari segi ekonomis dianggap tidak menguntungkan, tetapi jika dilakukan dengan benar, efektif, terstruktur, dan bersifat jangka panjang bukan hal yang mustahil jika kegiatan tersebut dapat memberi keuntungan ekonomis kepada perusahaan. Perusahaan dapat membentuk citra (image) perusahaan yang positif dan hal ini sangat penting bagi kepentingan ekonomis perusahaan seperti untuk pemasaran produk dari perusahaan dan juga untuk mendapatkan kepercayaan dari para investor.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, sehingga ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata-mata berdasarkan faktor keuangan belaka. Seperti halnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang. Salah satu pendorongnya adalah perubahan dan pergeseran paradigma dunia usaha, untuk tidak semata-mata mencari keuntungan tetapi turut pula bersikap etis dan berperan dalam penciptaan investasi sosial. Kelaziman yang dilakukan oleh perusahaan adalah melakukan kegiatan berupa karitatif, bantuan-bantuan, dan menyelenggarakan program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat.

Tampak jelas bahwa dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) terkait dengan hal-hal yang berhubungan dengan penyelenggaraan perusahaan yang baik dikaitkan dengan masalah keterbukaan, transparansi dan akuntabilitas, masalah hak asasi manusia, khususnya dalam bidang ketenagakerjaan, perlindungan terhadap hak-hak konsumen, mengenai lingkungan hidup yang harus dijaga dan dipelihara kelestariannya, serta keterlibatan masyarakat secara langsung bagi jalannya usaha perusahaan.

Kesadaran tentang pentingnya mengimplementasikan CSR ini menjadi trend global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan berdasarkan prinsip-prinsip hak azasi manusia (HAM) dalam Imran (2008).

Demikian pula kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT FIFGROUP dalam mewujudkan masyarakat Indonesia yang mapan dalam perihal perekonomian didukung melalui program peminjaman modal dana bergulir dengan tujuan untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan usaha UMKM ataupun memulai

suatu usaha. Program pemberdayaan masyarakat ini diberikan kepada seluruh pengusaha UMKM yang sedang merintis usaha ataupun ingin memulai suatu usaha. CSR FIFGROUP berusaha untuk memberikan bantuan kepada para pengusaha UMKM melalui program dana bergulir ini.

Seperti judulnya yakni program dana bergulir diharapkan dapat terus bergulir secara merata di seluruh Indonesia melalui cabang cabang FIFGROUP yang ada di seluruh Indonesia, dengan program dana bergulir ini agar mampu tersebar secara luas dan merata dan dirasakan manfaatnya oleh seluruh masyarakat Indonesia dan bisa membantu meningkatkan hasil kerja para pengusaha UMKM.

Alasan peneliti memilih pilar pemberdayaan ekonomi melalui program dana bergulir ini adalah program dana bergulir merupakan program peminjaman modal yang diberikan kepada para pengusaha UMKM dalam 2 tahap setiap tahunnya. Sehingga membuat program ini lebih diutamakan dari program lainnya yang hanya dilaksanakan secara berkala. Program dana bergulir ini juga bersifat *continue* atau berkelanjutan dengan membangun kerja sama bersama dengan CSR Kecamatan Cilandak sehingga program ini bersifat berkelanjutan untuk tahap berikutnya.

Pelaksanaan pengembangan komunitas oleh perusahaan, atau yang di sebut *social mapping*, dimaksudkan untuk melihat dan mengetahui keadaan masyarakat sekitar daerah operasional perusahaan, dan kemudian perusahaan melakukan *need assessment*, atau mencari tahu kebutuhan masyarakat untuk kemudian merealisasikan apa yang menjadi kebutuhan tersebut.

*Social mapping* (pemetaan komuniti) selain dilakukan untuk mengenali potensi sumber daya dan modal sosial komuniti, juga dapat dilakukan untuk mengenal stakeholder dalam kaitannya dengan keberadaan dan aktivitas pelaku CD, tidak hanya yang berpotensi untuk diajak bekerjasama tetapi juga yang berpotensi untuk menghambat pelaksanaan program ke depan. Melalui *social mapping* ini pula dapat teridentifikasi kebutuhan dan akar permasalahan yang dirasakan komuniti dalam meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Selanjutnya, hasil dari social mapping inilah yang digunakan sebagai bahan perencanaan program CD yang lebih komprehensif.

Melalui kegiatan *social mapping* yang telah dilaksanakan di daerah Kecamatan Cilandak menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat menghadapi masalah sosial atau kebutuhan sosial lebih mengarah ke sektor ekonomi, karena dengan perekonomian yang menunjang maka setiap hal yang dihadapi akan lebih lancar dan terpenuhi. Karena dengan banyaknya keperluan yang dihadapi membuat masyarakat harus memiliki kreatifitas dalam menghasilkan penghasilan sehari-hari. Sehingga dengan kebutuhan ekonomi yang mendesak membuat CSR FIFGROUP memiliki perhatian khusus terhadap program dana bergulir untuk menunjang perekonomian khususnya masyarakat Kecamatan Cilandak yang menjalankan usaha kecil menengah.

Program dana bergulir juga memiliki daya tarik tersendiri yakni program dana bergulir pernah mendapat penghargaan oleh *Business News* Jakarta menjadi Top CSR tahun 2017. Sehingga melalui penghargaan ini peneliti ingin mengetahui secara langsung bagaimana proses pemberian pinjaman modal kepada para pengusaha UMKM yang berada di Kecamatan Cilandak.

Sehingga program dana bergulir dilihat menjadi program yang saat ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk meningkatkan perekonomian dalam menunjang kebutuhan sehari-hari. Dengan aspek perekonomian yang terpenuhi maka kepentingan dan kebutuhan masyarakat tentunya akan terpenuhi jika usaha yang dijalankan terbantu melalui program dana bergulir yang diberikan oleh CSR FIFGROUP.

FIFGROUP hadir untuk mengakomodir keanekaragaman kebutuhan masyarakat Indonesia dengan senantiasa berpegang pada prinsip inovasi dan kreativitas. 'Mengubah tantangan menjadi peluang' adalah landasan pemikiran yang membuat FIFGROUP terus berkembang dalam profil perusahaan FIFGROUP.

Oleh karena itu, pada tahun 2017 PT FIFGROUP kembali menyelenggarakan Program CSR Pinjaman Modal Dana Bergulir yakni kegiatan berupa pinjaman sejumlah uang kepada pengusaha UMKM yang ada di Kecamatan Cilandak dan pinjaman tersebut dapat diangsur setiap bulan berikutnya tanpa bunga. Pinjaman modal ini diharapkan dapat digunakan oleh para pengusaha UMKM untuk digunakan sebagai peningkatan modal usaha atau sebagai modal

usaha awal bagi yang belum memiliki usaha. Agar para pengusaha UMKM dapat merasakan dampak langsung peminjaman modal dana bergulir ini.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul : **“Implementasi *Corporate Social Responsibility* Program Dana Bergulir FIFGROUP (Studi Kasus Pada Pengusaha UMKM di Kecamatan Cilandak)”**.

## **I.2 Signifikasi Penelitian**

Signifikasi penelitian adalah dampak dari tercapainya tujuan penelitian. Secara garis besar, signifikansi penelitian terdiri atas signifikansi ilmiah yang diarahkan pada pengembangan ilmu atau kegunaan teoritis; dan signifikansi praktis, yaitu membantu memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada pada obyek yang diteliti. Dengan kata lain, titik berat penelitian untuk penulisan skripsi diarahkan pada usaha implementasi program dana bergulir CSR FIFGROUP terhadap para pengusaha UMKM yang berasal dari Kecamatan Cilandak. Penelitian yang dilaksanakan dapat, memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu komunikasi dan kehumasan, diantaranya adalah bagaimana implementasi dalam kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan sehingga program CSR yang dilaksanakan dapat sesuai dengan manfaat dan tujuan.

Penelitian dapat menyediakan berbagai solusi dan perbaikan yang ditawarkan oleh hasil penelitian, dalam penelitian ini peneliti dapat menjabarkan bagaimana proses implementasi dalam kegiatan CSR FIFGROUP terhadap pengusaha UMKM di Kecamatan Cilandak. Serta mempertahankan citra positif CSR FIFGROUP dimasyarakat. Hasil penelitian ini juga dapat membantu para penentu kebijakan untuk memformulasikan kebijakan demi perbaikan, artinya hasil penelitian yang penulis laksanakan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan CSR FIFGROUP dalam mengambil atau menyusun suatu kebijakan. Selain itu penelitian tidak hanya bermanfaat pada konteks pengembangan kebijakan teori dan praktek, melainkan dapat memberikan kontribusi terhadap lahirnya suatu tindakan baru CSR FIFGRPOUP yang lebih spesifik dan detail dalam menghadapi berbagai permasalahan yang mungkin kembali timbul di waktu yang akan datang.

### **I.3 Fokus Penelitian**

Untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data serta menjawab permasalahan dalam penelitian yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* Program Dana Bergulir FIFGROUP (Studi Kasus pada Pengusaha Umkm di Kecamatan Cilandak“ maka peneliti memusatkan fokus penelitian melalui Studi Kasus deskriptif eksploratif pada sosialisasi program dana bergulir dan pemberian pinjuaman bantuan modal kepada para pengusaha UMKM.

Berdasarkan fokus penelitian melalui Studi Kasus deskriptif tersebut maka peneliti menyusun langkah-langkah dasar secara tersusun dan disesuaikan dengan materi yang telah dibahas di bab sebelumnya, maka fokus penelitian ini yaitu bagaimana pelaksanaan program CSR dana bergulir terhadap para pengusaha UMKM di Kecamatan Cilandak, mengapa CSR ini dikatakan sebagai program sosialisasi kepada masyarakat, dan salah satu aspek yakni bagaimana fasilitator menyampaikan materi.

### **I.4 Pertanyaan Penelitian**

Implementasi secara umum adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci oleh CSR FIFGROUP terhadap pelaksanaan program dana bergulir untuk membantu masyarakat dan meningkatkan citra positif perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi program dana bergulir CSR FIFGROUP terhadap pengusaha UMKM di Kecamatan Cilandak?
2. Bagaimana CSR FIFGROUP dapat mempertahankan program dana bergulir agar bersifat *continue* atau sebagai program berkelanjutan?

### **I.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti menyimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut, “Untuk mengetahui implementasi CSR program dana bergulir FIFGROUP (Studi Kasus pada pengusaha UMKM di kecamatan Cilandak)“.

## **I.6 Manfaat Penelitian**

### **1. Akademis**

Secara akademis hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan dan mengembangkan ilmu komunikasi serta menambah literatur ilmiah yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi khususnya dibidang kehumasan serta memberikan ilmu mengenai program CSR.

### **2. Praktis**

Secara praktis diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap kegiatan kegiatan dan program program yang telah dilaksanakan oleh PR secara keseluruhan pada umumnya dan PR dan CSR di PT FIFGROUP.

## **I.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini terdapat penyusunan uraian mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN TEORI**

Kajian teori yang berisi definisi konsep, kerangka pikir, teori–teori yang relevan digunakan sebagai dasar pemikiran dan memberikan arah dalam melakukan penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai pendekatan penenlitan, objek penelitian, penentuan *key informant* dan *informant*, tehknik pengumpulan data, tehknik keabsahan data, tehknik analisis data, waktu dan lokasi penenlitan, serta fokus penelitian.

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini merupakan analisis untuk memberikan jawaban atas solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran kemampuan penulis dalam memecahkan masalah.

#### **BAB V PENUTUP**

Menyatakan pemahaman penulis tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Memuat beberapa referensi yang digunakan dalam memperoleh dan mengumpulkan data.

#### **LAMPIRAN**

Berisi data-data, artikel, dan dokumentasi kegiatan .

