

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah beberapa staf bank yang melaksanakan strategi dari *Customer Relationship Management* (CRM) di PT. Bank Negara Indonesia Kantor Kas Sutisna Senjaya dan nasabah di PT. Bank Negara Indonesia Kantor Kas Sutisna Senjaya. Beberapa staf bank yang akan diteliti antara lain, *Customer Service* (CS) dan *Customer Relationship Manager* (*Sales BNI*). Peneliti hanya memilih 2 staf tersebut karena *Customer Service* (CS) dan CRM (*Sales BNI*) merupakan dua posisi yang paling berperan aktif dalam menerapkan strategi *Customer Relationship Management* secara langsung, khususnya dalam hal pelayanan informasi, penanganan keluhan, pendekatan personal, serta penawaran produk dan layanan BNI. Keduanya terlibat dalam proses komunikasi yang lebih mendalam dengan nasabah dibandingkan *frontliner* lain, sehingga lebih representatif untuk dianalisis dalam konteks CRM.

Selain itu, kedua posisi ini memiliki frekuensi dan kualitas interaksi yang tinggi dengan nasabah. *Customer Service* berperan dalam layanan informasi, administrasi, dan keluhan nasabah, sementara CRM (*Sales BNI*) memiliki tanggung jawab untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan nasabah serta melakukan pendekatan yang lebih personal. Oleh karena itu, wawancara terhadap keduanya dinilai dapat memberikan data yang lebih kaya mengenai pelaksanaan CRM dari sisi pelayanan dan pemasaran. Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan PT. Bank Negara

Indonesia Kantor Kas Sutisna Senjaya, melalui peran karyawannya, sistem pelayanan, dan pemanfaatan teknologi apa yang digunakan dalam pelaksanaan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) tersebut, serta respon terhadap nasabah.

3.1.1 Profil Instansi

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. atau biasa dikenal dengan BNI merupakan salah satu penyedia jasa perbankan terkemuka di Indonesia. BNI pertama kali didirikan pada tanggal 5 Juli 1946 sebagai bank pertama yang dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia secara resmi. Debut pertama BNI sejak awal berdirinya dengan mengedarkan ORI (Oeang Republik Indonesia) yang merupakan alat pembayaran pertama yang resmi sejak tanggal 30 Oktober 1946. Hari tersebut sekarang diperingati sebagai Hari Keuangan Nasional, sedangkan hari berdirinya BNI tanggal 5 Juli diperingati sebagai Hari Bank Nasional. Peran BNI sebagai bank sirkulasi atau bank sentral mulai dibatasi oleh Pemerintah seiring dengan penunjukan bank warisan Belanda *De Javasche Bank* sebagai Bank Sentral sejak tahun 1949. Selanjutnya BNI diberikan hak sebagai bank devisa selain berperan sebagai bank pembangunan dengan memiliki akses transaksi langsung ke luar negeri. Status BNI kemudian berubah menjadi bank komersial milik pemerintah dengan penambahan modal yang dilakukan pada tahun 1955. Hal ini menjadikan pelayanan BNI berjalan semakin baik seiring dengan hadirnya dukungan bagi sektor usaha nasional.

Nama BNI atau Bank Negara Indonesia 1946 yang dipakai sebagai identitas bank secara resmi digunakan sejak akhir tahun 1968. Namun dalam

perkembangan-nya bank ini lebih dikenal sebagai 'BNI 46'. Pada tahun 1988 perusahaan memutuskan untuk merubah nama panggilan menjadi 'Bank BNI' dengan alasan mudah diingat oleh nasabah. Sejak tahun 1992 status hukum Bank BNI berubah menjadi perusahaan terbuka. Hal ini sejalan dengan penggantian nama menjadi PT. Bank Negara Indonesia (Persero). Perusahaan tak hanya berhenti sampai di sana saja, rencana untuk "*go public*" kemudian dapat terealisasi dengan melakukan penawaran umum perdana di pasar modal pada tahun 1996. Perusahaan terus menjaga komitmen dalam perbaikan kualitas kinerja di tengah perubahan dan kemajuan lingkungan, sosial-budaya serta teknologi. Identitas baru perusahaan terus diperbaharui dengan menggunakan nama "BNI" dan mencantumkan tahun berdiri "46" dalam logo perusahaan sejak tahun 2004.

Pada tahun 2012, Pemerintah Indonesia telah memegang saham BNI sebesar 60% dan sisanya 40% dimiliki oleh pemegang saham publik yang datang dari individu, instansi, domestik maupun asing. Dengan visi "Menjadi bank yang unggul, terkemuka dan terdepan dalam layanan dan kinerja", BNI telah berhasil menjadi bank terbesar ke-4 di Indonesia bila dilihat dari total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. Hingga akhir tahun 2012 saja, BNI telah memiliki total aset sebesar Rp333,3 triliun. Hal ini merupakan hasil kerja keras dari semua komponen BNI, terutama 24.861 karyawan yang telah berdedikasi tinggi terhadap perusahaan.

Selain itu, jaringan layanan BNI berada di 1.585 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia dan telah berhasil merambah hingga Hongkong, London, New

York dan Singapura. BNI juga memiliki 8.227 unit ATM, 42.000 EDC serta fasilitas internet dan SMS banking yang dapat memanjakan nasabah. Perkembangan BNI juga dibantu melalui beberapa anak perusahaannya seperti BNI *Finance*, BNI Sekuritas, BNI *Life Insurance*, BNI *Ventures*, BNI *Remittance* dan Hibank.. Dengan tekad dan semangat yang tinggi ke depan-nya BNI akan selalu berupaya untuk memberikan layanan terbaik dan selalu menjadi kebanggaan negara.

3.1.2 Visi dan Misi Instansi

- Visi BNI

“Menjadi Lembaga Keuangan Yang Terunggul Dalam Layanan Dan Kinerja Secara Berkelanjutan”.
- Misi BNI
 1. Memberikan Layanan Prima Dan Solusi Digital Kepada Seluruh Nasabah Selaku Mitra Bisnis Pilihan Utama.
 2. Memperkuat Layanan Internasional Untuk Mendukung Kebutuhan Mitra Bisnis Global.
 3. Meningkatkan Nilai Investasi yang Unggul Bagi Investor.
 4. Menciptakan Kondisi Terbaik Bagi Karyawan Sebagai Tempat Kebanggaan Untuk Berkarya Dan Berprestasi.
 5. Meningkatkan Kepedulian Dan Tanggung Jawab Kepada Lingkungan Dan Masyarakat.
 6. Menjadi Acuan Pelaksanaan Kepatuhan Dan Tata Kelola Perusahaan yang Baik Bagi Industri.

3.1.3 *Statement Budaya Instansi*

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. atau BNI senantiasa mengedepankan *core value*, Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif (AKHLAK) serta program transformasi *Risk, Culture, Agile, Collaboration*, dan *Execution Oriented* (RACE) guna meningkatkan kinerja secara optimal.

BNI juga menerapkan Prinsip 46 sebagai budaya kerja dengan empat nilai budaya yaitu Profesionalisme, Integritas, Orientasi pelanggan, dan Perbaikan tanpa henti.

Budaya kerja tersebut diharapkan dapat menciptakan cara kerja dan pola pikir baru yang mendukung sasaran strategis sehingga dapat memperkuat visi BNI untuk menjadi lembaga keuangan yang unggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan.

3.1.4 *Logo dan Makna Instansi*

PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk, atau yang lebih dikenal dengan nama Bank BNI, didirikan pada tanggal 5 Juli 1946 lalu dan menjadi bank pertama milik negara yang lahir setelah kemerdekaan Indonesia. Oeang Republik Indonesia (ORI) sebagai alat pembayaran resmi pertama yang dikeluarkan Pemerintah Indonesia pada tanggal 30 Oktober 1946 dicetak dan diedarkan oleh Bank Negara Indonesia. BNI sempat berfungsi sebagai bank sentral dan bank umum sebagaimana tertuang dalam Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2/1946.

Hingga akhirnya pada tahun 1955 bank ini beroperasi sebagai bank komersial. Sejak berdirinya tahun 1946 hingga tahun 1988, BNI sudah menggunakan logo dengan akronim BNI (Bank Negara Indonesia) yang sekaligus menunjukkan tahun berdirinya 1946. Dengan menggunakan latar belakang berwarna merah dan huruf berwarna kuning, logo ini sangat terlihat sangat mencolok.



Gambar 3.1 Logo BNI Tahun 1946 - 1988

Sumber : Logopedia

Perubahan logo BNI terjadi pada tahun 1988 dengan merombak total semua bentuk desain dan warnanya. Jika sebelumnya dominan dengan warna merah dan kuning, logo baru BNI pada saat itu lebih dominan warna biru dan sedikit warna oranye. Obyek baru muncul dalam logo BNI, yakni sebuah kapal layar dengan aksentuasi warna oranye pada badan kapalnya. Logo ini lebih terlihat elegan jika dibanding sebelumnya.



Gambar 3.2 Logo BNI Tahun 1988 - 2004

Sumber : Logopedia

Identitas baru BNI kembali diluncurkan kepada publik pada tahun 2004 lalu. Penyederhanaan logo sangat tampak dari berkurangnya berbagai elemen grafis yang ada pada desain sebelumnya, dan kata BNI yang selanjutnya dikombinasikan dalam suatu bentuk logo baru BNI.



Gambar 3.3 Logo BNI Tahun 2004 - Sekarang

Sumber : Logopedia

- Penggunaan Huruf (Logo Huruf saja)



Huruf BNI dibuat dalam warna turquoise baru, untuk mencerminkan kekuatan, otoritas, kekokohan, keunikan dan citra yang lebih modern. Huruf tersebut dibuat secara khusus untuk menghasilkan struktur yang orisinal dan unik.



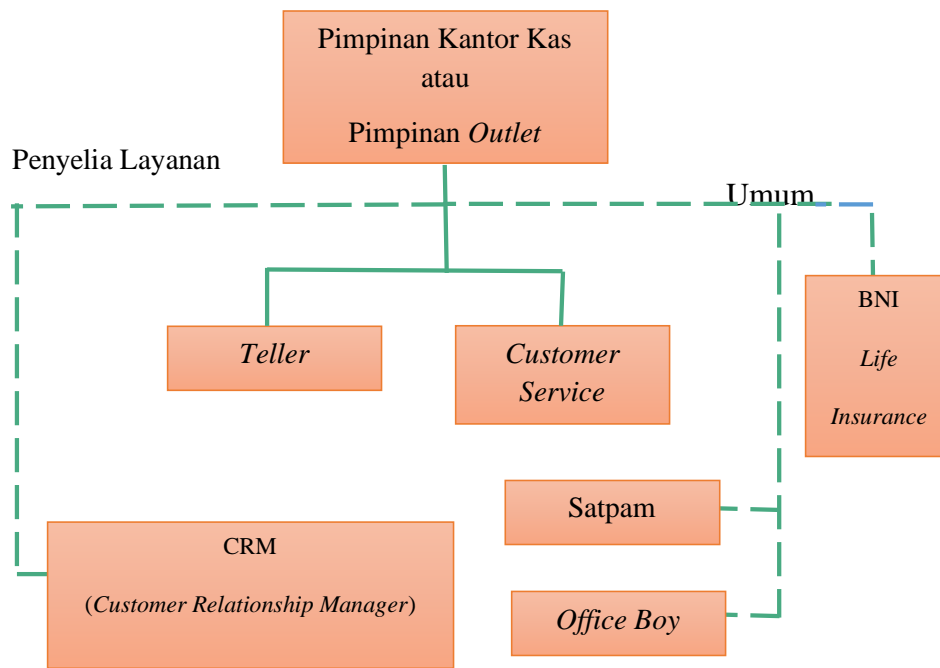
Simbol 46 atau angka 46 merupakan simbolisasi tanggal kelahiran BNI, sekaligus mencerminkan warisan sebagai bank pertama di Indonesia. Dalam logo ini, angka 46 diletakkan secara diagonal menembus kotak berwarna jingga untuk menggambarkan BNI baru yang modern.

- Palet Warna

- Palet warna korporat telah didesain ulang, namun tetap mempertahankan warna korporat yang lama, yakni turquoise dan jingga.
- Warna turquoise yang digunakan pada logo baru ini lebih gelap, kuat, mencerminkan citra yang lebih stabil dan kokoh.
- Warna jingga yang baru lebih cerah dan kuat, mencerminkan citra lebih percaya diri dan segar.
- Logo 46 dan BNI mencerminkan tampilan yang modern dan dinamis.
- Sedangkan penggunaan warna korporat baru memperkuat identitas tersebut. Hal ini akan membantu BNI melakukan diferensiasi di pasar perbankan melalui identitas yang unik, segar dan modern.

3.1.5 Struktur Organisasi Instansi

Struktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia KK Sutisna Senjaya



Gambar 3.4 Struktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia KK Sutisna Senjaya

Sumber : Pimpinan Outlet PT. Bank Negara Indonesia KK Sutisna Senjaya

3.2 Metode Penelitian

M. Afdhal Chatra., et al (2023:14-15) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan dari orang dan pelaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif ini dilakukan untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena individu atau kelompok, peristiwa, dinamika sosial, sikap, keyakinan, dan persepsi.

Oleh karena itu, proses penelitian pendekatan kualitatif dimulai dengan pengembangan asumsi-asumsi dasar. Kemudian dikaitkan dengan kaidah-kaidah pemikiran yang digunakan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan dalam survei

kemudian diinterpretasikan. Subjek penelitian dengan pendekatan kualitatif mencakup semua aspek atau bidang kehidupan manusia, yakni manusia dan semua yang dipengaruhi olehnya. Riset kualitatif akan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang menyelidiki makna.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena secara mendalam dengan cara pengumpulan data kepada partisipan/informan. Semakin mendalam, teliti, dan tergali suatu data yang didapatkan, maka akan semakin baik kualitas penelitian tersebut. Penelitian kualitatif memiliki partisipan yang lebih sedikit dibandingkan dengan penelitian kuantitatif, sebab lebih mengedepankan kedalaman data, bukan kuantitas data, sama halnya dengan penelitian ini yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis secara sistematis pelaksanaan CRM di BNI Kantor Kas Sutisna Senjaya. Alasan menggunakan metode penelitian ini karena untuk menggali informasi yang lebih mendalam terkait proses, tantangan, serta efektivitas dari strategi CRM yang dijalankan oleh PT. Bank Negara Indonesia Kantor Kas Sutisna Senjaya.

3.2.1 Jenis Penelitian

Untuk jenis penelitian yaitu menggunakan deskriptif kualitatif. Dalam buku *Metode Penelitian Berbagai Bidang*, Sukmadinata (2017:15) mengungkapkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan.

Jenis penelitian deskriptif kualitatif menggambarkan kondisi apa adanya, tanpa memberi perlakuan atau manipulasi pada variabel yang diteliti. Jenis penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian dengan proses memperoleh data bersifat apa adanya. Penelitian ini lebih menekankan makna pada hasilnya (Sendari, 2021).

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diteliti. Artinya, teknik ini memerlukan langkah yang strategis dan juga sistematis untuk mendapatkan data yang valid dan juga sesuai dengan kenyataannya. Teknik pengumpulan data merupakan salah satu prosedur penting dalam penelitian, karena bertujuan untuk memperoleh data yang akurat. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya:

1. Partisipan Observer

Observasi partisipan merupakan metode penelitian kualitatif yang melibatkan peneliti secara aktif dalam kehidupan dan aktivitas sehari-hari partisipan penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengalami lingkungan sosial secara langsung, sehingga menumbuhkan pemahaman yang lebih mendalam tentang perspektif dan perilaku partisipan (Dr. Dwi Mariyono, n.d., 2024:190-191).

Tujuan dari observasi ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana strategi *Customer Relationship Management* (CRM) diterapkan dalam praktik sehari-hari. Peneliti tidak hanya menjadi

pengamat pasif, tetapi juga berinteraksi secara terbatas dengan lingkungan penelitian untuk menangkap dinamika, pola kerja, dan perilaku karyawan saat memberikan layanan.

Dalam penelitian ini, peneliti ikut secara langsung mengamati aktivitas pelayanan dan interaksi antara karyawan dengan nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Kas Sutisna Senjaya. Observasi dilakukan selama beberapa hari kerja dalam jam operasional, sehingga data yang diperoleh bersifat natural dan mencerminkan situasi sebenarnya di lapangan.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan peserta penelitian. Ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pandangan yang mendalam tentang pengalaman, keyakinan, nilai, dan pandangan peserta tentang suatu topik (Dr. Yusuf Tojiri et al., 2023:155).

Wawancara mendalam ini berguna bagi penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan informasi detail tentang pemikiran dan perilaku seseorang atau ingin menjelajahi masalah baru secara mendalam.

Keunggulan utama dari wawancara mendalam adalah kemampuannya untuk mendapatkan data yang sangat kaya dan terperinci mengenai alasan dan motivasi responden. Dengan wawancara ini, peneliti dapat memahami konteks sosial, budaya, dan emosional yang memengaruhi persepsi audiens. Meskipun wawancara mendalam memberikan wawasan yang sangat berharga, metode ini juga memiliki kelemahan. Prosesnya yang memakan waktu dan membutuhkan

keterampilan wawancara yang tinggi dapat menjadi tantangan tersendiri. Selain itu, karena wawancara mendalam biasanya melibatkan jumlah responden yang kecil, hasilnya tidak selalu dapat digeneralisasi untuk populasi yang lebih besar (Morissan, 2019:83-84).

Pada saat melaksanakan penelitian, peneliti akan melakukan wawancara mendalam kepada staf bank BNI yang diantaranya yaitu, *Customer Service* dan *Customer Relationship Manager* (CRM) PT. Bank Negara Indonesia Kantor Kas Sutisna Senjaya, sebagai sarana informasi pada pembahasan penelitian ini beserta nasabah PT. Bank Negara Indonesia Kantor Kas Sutisna Senjaya, sebagai responden dalam penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan berbagai jenis dokumen, baik tertulis maupun non tertulis, untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan masalah penelitian. Ini melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen yang dapat berupa buku, arsip, laporan, gambar, dan lain-lain. Dokumentasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Profil Perusahaan

2. Strategi Pelaksanaan *Customer Relationship Management*

3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam kegiatan penelitian, proses pengumpulan data menjadi tahap yang krusial. Dalam proses tersebut, peneliti bisa mendapatkan data primer

dan data sekunder. Sebagian besar penelitian, menggabungkan dua sumber data tersebut (Pujiati, 2025).

Tetapi terkadang juga peneliti harus memilih salah satunya agar peneliti bisa menentukan apa sumber data yang cocok digunakan untuk mencapai tujuan penelitiannya.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, diskusi terfokus (*Focus Group Discussion*-FGD) dan penyebaran kuesioner (Suhardi & M. Hidayat, 2023).

Dalam penelitian ini sumber data primer didapatkan melalui wawancara yang dilakukan langsung di PT Bank Negara Indonesia Kantor Kas Sutisna Senjaya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah staf BNI Kantor Kas Sutisna Senjaya dan nasabah BNI Kantor Kas Sutisna Senjaya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, misalnya data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat. Data-data ini bisa berupa diagram, grafik, ataupun tabel.

Pihak yang mengumpulkan data sekunder bukanlah pihak yang terkait langsung dengan penelitian. Karena itu, kegunaan data tersebut biasanya tidak hanya untuk satu penelitian. Hasil datanya juga tidak dipengaruhi riset yang akan dijalankan peneliti (Kata, 2023).

Data sekunder digunakan sebagai penunjang dalam penelitian ini, untuk data sekundernya meliputi, jurnal, buku, ataupun informasi lainnya yang berkaitan dengan *Customer Relationship Management*.

3.2.2.2 Penentuan Sampel

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, sehingga penentuan sampel dilakukan secara non-probability sampling dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Purposive sampling merupakan metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan sengaja memilih responden yang dianggap memiliki informasi atau karakteristik yang relevan dengan penelitian. Peneliti menggunakan pertimbangan subjektif dalam menentukan siapa yang akan menjadi bagian dari sampel. Purposive sampling biasanya digunakan saat penelitian memiliki tujuan khusus dan responden dengan karakteristik tertentu dianggap penting untuk memperoleh data yang relevan (Setiawati et al., 2024).

Teknik ini dipilih karena penulis ingin memperoleh data yang lebih mendalam dan relevan dari subjek yang dianggap paling memahami pelaksanaan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) di lokasi penelitian. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah dua

orang staf *frontliner*, yaitu *Customer Service* (CS) dan *Customer Relationship Manager* (Sales BNI).

Pemilihan dua posisi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa CS dan CRM (Sales BNI) memiliki peran paling aktif dan langsung dalam pelaksanaan strategi CRM, terutama dalam aspek pelayanan, komunikasi, penanganan keluhan, dan pendekatan personal terhadap nasabah. Selain itu, keduanya memiliki frekuensi interaksi yang tinggi dengan nasabah dan dapat mewakili dua fungsi utama CRM, yaitu layanan dan penjualan.

Selain staf, peneliti juga mewawancarai beberapa nasabah dan calon nasabah sebagai informan tambahan guna memperoleh sudut pandang dari sisi penerima layanan, khususnya terkait pengalaman mereka terhadap pelaksanaan CRM di BNI Kantor Kas Sutisna Senjaya.

Tabel 3. 1

Informan Penelitian

No	Posisi Jabatan	Jumlah
1	Staf BNI Kantor Kas Sutisna Senjaya (CS dan CRM)	2 orang
2	Nasabah dan Calon Nasabah	10 orang
Jumlah		12 orang

3.2.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari data, menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori,

menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun dalam pola, memilih mana yang penting untuk dipelajari, dan membuat simpulan yang bisa diceritakan pada orang lain (Zakariah, dkk, 2020:52).

1) Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Proses pengumpulan data di riset kualitatif dapat dilakukan dengan berbagai cara yang didapatkan dengan terjun langsung lapangan. Caranya bisa melalui pengamatan atau observasi, kuesioner, wawancara mendalam dengan objek penelitian, pengkajian dokumen, hingga fokus *discussion group*.

2) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Dari pengamatan lapangan, wawancara dan dokumentasi ditemukan data yang sedemikian banyak dan kompleks serta campur aduk, maka langkah yang perlu diambil adalah mereduksi data. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data "kasar (mentah)" yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Sebagaimana kita ketahui, reduksi data, berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung.

Proses pemilihan data dan memfokuskan pada informasi yang mengarah untuk pemecahan masalah, pemaknaan dan penemuan untuk menjawab pertanyaan penelitian merupakan kegiatan yang berlangsung sejak awal sampai akhir penelitian. Reduksi data merupakan proses yang terfokus pada pembuangan data yang tidak penting yang terdapat dalam data mentah saat proses penulisan catatan lapangan. Setelah data diseleksi sesuai dengan yang menjadi pertanyaan penelitian kemudian langkah selanjutnya penyajian data.

3) Penyajian Data (*Data Display*)

Alur penting yang kedua dari kegiatan analisis adalah penyajian data. Kami membatasi suatu "penyajian" sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data berupaya untuk menampilkan atau menceritakan data secara transparan. Penyajian data yang dimaksudkan dalam bentuk teks naratif dan dalam bentuk tabel atau grafik.

Dalam penelitian kualitatif yang paling sering digunakan untuk menyajikan data adalah teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Teknik penyajian data yang runtun dan sistematis sangat membantu peneliti dalam menarik kesimpulan atau verifikasi.

4) Menarik Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing or Verification*)

Penarikan kesimpulan atau verifikasi dilakukan selama penelitian berlangsung. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validitas tetap terjamin. Kegiatan analisis adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan

konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Dengan demikian, kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak. Karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Artinya, kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dan dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Dr. Indra Prasetia et al., 2022).