

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Hotel di era sekarang sudah menjadi kebutuhan bagi banyak kalangan dikala berpergian disuatu daerah, di Yogyakarta sendiri perkembangan hotel sudah semakin pesat dan banyak variasinya. Hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu.

Disebut-sebut sebagai salah satu kota pariwisata favorit wisatawan, baik dari turis lokal maupun asing, menjadi faktor utama laju pertumbuhan hotel yang semakin pesat. Tentunya, Yogyakarta mesti siap sedia untuk menampung turis-turis yang membludak setiap tahunnya. Selain itu, Yogyakarta juga sering menjadi tempat konferensi pertemuan-pertemuan penting. Hotel menjadi salah satu tujuan utama untuk mengakomodasi pertemuan penting tersebut. Hal ini tentunya membuat banyak pengusaha melihat peluang yang besar dalam bisnis hotel.

Pertumbuhan laju hotel, baik di Yogyakarta maupun Sleman memang tidak dapat terelakkan. Hal tersebut disebabkan oleh penambahan jumlah kamar yang signifikan pada tahun 2014-2015 akibat banyaknya wisatawan berkunjung ke

Yogyakarta. Data dari Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) DIY menyebutkan ada 1.160 hotel di Jogja hingga tahun 2013. Hotel bintang sebanyak 60 dengan lebih dari 6.000 kamar sedang 1.100 hotel lainnya merupakan hotel kelas Melati dengan 12.660 kamar. Jumlah tersebut akan terus bertambah. Sebab, saat ini telah terhitung mulai dari tahun 2014, terdapat total 104 izin baru pendirian hotel masuk ke Dinas Perizinan.

Bagi pengusaha yang ingin menanamkan investasi dalam bidang bisnis perhotelan memang menggiurkan. Namun, kompetisi hotel tersebut berdampak negatif pada beberapa hotel lokal atau kelas melati. Hotel-hotel kelas melati terancam bangkrut. Sebab, hotel bintang lima (milik swasta elite) menawarkan fasilitas yang memadai dengan jarak tarif yang tipis. Adapun, kompetisi hotel tidak hanya berlangsung di antara pengusaha lokal dan swasta. Namun juga antar pengusaha hotel swasta itu sendiri. Menjamurnya hotel-hotel di Yogyakarta, menyebabkan industri perhotelan semakin ketat. Pada akhirnya hotel-hotel harus bersaing untuk mendapatkan wisatawan. Persaingan ini pun biasanya dilakukan dengan perang tarif hotel. Padahal, tarif harga di DIY telah ditetapkan oleh PHRI. Di samping itu, penjualan sejumlah hotel yang marak terjadi menjelang pergantian tahun ini. Beberapa pengusaha hotel memilih menjual hotelnya untuk mencari keuntungan cepat. Oleh sebab itu, lambat laun bisnis hotel lebih menyerupai bisnis properti.

Di samping itu, perlu ditinjau pula mengenai regulasi dan mekanisme perizinan pembangunan hotel di Yogyakarta. Pasalnya, semenjak dikeluarkannya Peraturan Walikota tentang Pengendalian Pembangunan Hotel memudahkan pemilik

modal untuk mendirikan hotel di Yogyakarta. Pembangunan hotel pun tidak merata dan hanya menumpuk di Sleman dan Yogyakarta. Seluruh hotel kebanyakan didirikan di Yogyakarta dan Sleman sehingga hal tersebut memengaruhi lingkungan sekitar masyarakat. Hal ini tentunya memiliki dampak negatif terhadap lingkungan masyarakat. Salah satunya adalah kekeringan sumur yang dialami oleh Warga Kampung pada pertengahan tahun. Kekeringan tersebut diduga berkait dengan keberadaan sebuah hotel di sekitar pemukiman mereka yang juga menggunakan sumur untuk memenuhi kebutuhan airnya. Selain itu, ada pula dugaan pembuangan limbah di sekitar pemukiman. Tentunya, dampak-dampak negatif terhadap lingkungan ini sangat meresahkan warga sekitar hotel. Beberapa penolakan terhadap pembangunan hotel telah digencarkan oleh warga semenjak awal tahun 2014. persoalan yang dialami dari laju pembangunan hotel ternyata berdampak kepada berbagai hal. Persoalan pembangunan hotel, tidak hanya berkaitan dengan bisnis hotel yang berubah menjadi bisnis properti, persaingan industri hotel, dan kompetisinya. Namun, persoalan hotel juga berdampak pada masyarakat sosial dan lingkungan hidup.

Banyaknya hotel saat ini, mendorong para pebisnis hotel bekerja lebih ekstra untuk tetap bertahan. Karena tiap-tiap hotel ingin bersaing memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik bagi para konsumennya. hal tersebut diharapkan untuk memperoleh loyalitas konsumen terhadap hotel. Setiap perusahaan mempunyai divisi/bagian, hal tersebut digunakan untuk selalu memberikan pelayanan terbaik bagi para tamu atau pengunjung yang menginap. Setiap divisi tersebut perlu

mengembangkan strateginya untuk mendukung terlaksananya tujuan perusahaan. Dengan demikian maka konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel, dan dengan demikian konsumen diharapkan dapat kembali menginap di Ndalem Suratin saat berkunjung di Yogyakarta .

Oleh sebab itu, Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Perilaku konsumen adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan yang

melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada dihotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh *receptionist, bell boy, room service, security, cleaning service*, dan lain-lain. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Seringkali juga kita mendengar peribahasa yang menyatakan bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Ungulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang kita tawarkan. Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, Semakin lengkap fasilitas

yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan.

Dalam membangun sebuah usaha diperlukan sebuah tempat dimana sebuah perusahaan tersebut akan berlokasi. Letak atau lokasi perusahaan sering disebut sebagai tempat kegiatan perusahaan melakukan kegiatan sehari-hari. Mayoritas dari para pengguna jasa hotel adalah mereka yang berasal dari luar daerah yang sedang memiliki urusan disekitar hotel itu berada baik untuk tujuan wisata, bisnis ataupun hanya sebagai tempat transit sementara untuk kemudian melanjutkan perjalanan mereka. Oleh karena itu lokasi hotel yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan akses terhadap hotel tersebut. Kedekatan hotel dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan. lokasi mempunyai kekuatan untuk mensukseskan ataupun menghancurkan strategi perusahaan. Oleh karena itu, penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang.

Konsumen dalam hal ini merupakan komunitas yang heterogen yang berasal dari berbagai latar belakang, sifat, kebiasaan, daerah, budaya, dan tingkat ekonomi. Dengan dilatar belakangi oleh beberapa teori, penelitian sebelumnya dan fenomena

masalah tersebut, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga murah terhadap keputusan konsumen untuk menginap. Pemasaran jasa merupakan proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sebuah sumber organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Berdasarkan beberapa uraian diatas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menginap di hotel. Dalam penelitian ini dipilih variabel kualitas layanan, fasilitas dan lokasi sebagai fokus dari penelitian. Penelitian difokuskan pada tiga variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menginap.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini Bagaimana Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan, Fasilitas Hotel Dan Harga Murah Pada Keputusan Menginap?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian untuk mengetahui faktor kualitas pelayanan, fasilitas hotel dan harga murah terhadap keputusan menginap.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian diharapkan dapat memberi kontribusi di bidang perhotelan dalam faktor Kualitas Pelayanan, Fasilitas Hotel Dan Harga Murah terhadap keputusan konsumen menginap.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan gambaran yang berguna sebagai referensi bagi mahasiswa dan khalayak mengenai perhotelan terhadap kualitas Hotel.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan sebagai sumber pengetahuan mengenai faktor kualitas pelayanan, fasilitas hotel dan harga murah terhadap keputusan menginap studi pada tamu yang menginap di ndalem suratin guest house.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan kepada masyarakat tentang faktor keputusan menginap yang dilakukan oleh hotel ndalem suratin.

## **E. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif studi kasusnya mengarah pada pendeskripsian secara

rinci dan mendalam mengenai potret kondisi tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya dilapangan studinya.<sup>1</sup>

Pada Penelitian ini peneliti menitik beratkan pada perkembangan konsep dan penghimpunan fakta tanpa melakukan pengujian hipotesa dan tidak untuk menjeneralisasi. Data dikumpulkan untuk mendukung/menolak hipotesa yang diajukan sebelum penelitian dimulai, namun abstraksi disusun sebagai kekhususan-kekhususan yang telah dikumpulkan dan dikelompokan bersama pengumpulan data. Teori yang ada dikembangkan dengan pengumpulan data konkret dari lapangan dan data–data yang saling berkait. Tehnik penelitian kualitatif didasarkan pada lima ciri utama penelitian kualitatif, yaitu:

1. Penelitian kualitatif memiliki sumber data langsung secara alami dan peneliti kualitatif adalah instrumen utamanya. Dalam hal ini, sumber data alami adalah perusahaan tempat penelitian, termasuk orang serta proses yang terkait dengannya.
2. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, yaitu data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar.

## **F. SUMBER DATA**

Salah satu pertimbangan dalam memilih masalah penelitian adalah ketersediaan sumber data. Penelitian kuantitatif lebih bersifat *explanation*

---

<sup>1</sup> H.B Sutopo. 2002. Pengantar Penelitian Kualitatif. Surakarta : Universitas Sebelas Maret Prees.

(menerangkan, menjelaskan), karena itu bersifat *to learn about the people* (masyarakat sebagai objek), sedangkan penelitian kualitatif lebih bersifat *understanding* (memahami) terhadap fenomena atau gejala sosial, karena bersifat *to learn about the people* (masyarakat sebagai subyek). Yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, data diartikan sebagai kenyataan yang ada yang berfungsi sebagai bahan sumber untuk menyusun suatu pendapat, keterangan yang benar, dan keterangan atau bahan yang dipakai untuk penalaran dan penyelidikan.<sup>2</sup>

Dalam pengertian lain, data adalah semua keterangan seseorang yang dijadikan responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen, baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian. Sumber data dimaksudkan semua informasi baik yang merupakan benda nyata, sesuatu yang abstrak, peristiwa/gejala. Sumber data dalam penelitian adalah subyek darimana data diperoleh. Bila dalam pengumpulan data menggunakan kuisioner atau wawancara maka sumber datanya adalah responden. Bila dalam pengumpulan data menggunakan observasi maka sumber datanya adalah benda, gerak atau proses sesuatu. Bila dalam pengumpulan data menggunakan dokumen maka sumber datanya adalah dokumen dan catatan.

---

<sup>2</sup> Ahmad Suhaidi, <https://achmadsuhaidi.wordpress.com/2014/02/26/pengertian-sumber-data-jenis-jenis-data-dan-metode-pengumpulan-data/>, Diakses 24 September 2017, Pukul 18:35.

## **G. TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Metode Pengumpulan Data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya. Sedangkan instrumen pengumpul data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Karena berupa alat, maka instrumen dapat berupa lembar cek list, kuesioner angket terbuka dan tertutup, pedoman wawancara, photo dan lainnya. Ada beberapa metode dalam mengumpulkan/mendapatkan data primer antara lain <sup>3</sup>

### **1. Metode Observasi**

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Teknik ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar. Disamping wawancara, penelitian juga melakukan metode observasi. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Menurut

---

<sup>3</sup> Teori Online, <https://teorionline.wordpress.com/service/metode-pengumpulan-data/>, Diakses 24 September 2017, Pukul 18:35.

Supardi “Metode observasi merupakan metode pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki”. Observasi dilakukan menurut prosedur dan aturan tertentu sehingga dapat diulangi kembali oleh peneliti dan hasil observasi memberikan kemungkinan untuk ditafsirkan secara ilmiah. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Secara umum bentuk-bentuk observasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Observasi Partisipan, observasi partisipan adalah apabila observer (orang yang melakukan observasi) turut ambil bagian atau berada dalam keadaan obyek yang diobservasi.
- b. Observasi Non Partisipan, merupakan suatu proses pengamatan observer tanpa ikut dalam kehidupan orang yang diobservasi dan secara terpisah berkedudukan sebagai pengamat.

Sedangkan M. Burhan mengemukakan beberapa bentuk observasi, yaitu:

- a. Observasi partisipasi (*participant observation*) adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan di mana peneliti terlibat dalam keseharian informan.
- b. Observasi tidak terstruktur ialah pengamatan yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman observasi, sehingga peneliti mengembangkan pengamatannya berdasarkan perkembangan yang terjadi di lapangan.

- c. Observasi kelompok ialah pengamatan yang dilakukan oleh sekelompok tim peneliti terhadap sebuah isu yang diangkat menjadi objek penelitian.

Dalam sebuah penelitian, pengambilan data dengan menggunakan metode observasi dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu :

- a. Observasi terbuka, pada posisi ini kehadiran peneliti dalam menjalankan tugasnya di tengah-tengah kegiatan responden diketahui secara terbuka, sehingga antara responden dengan peneliti terjadi hubungan atau interaksi secara wajar.
- b. Observasi tertutup, pada kondisi ini kehadiran peneliti dalam menjalankan misinya, yaitu mengambil data dari responden, tidak diketahui responden yang bersangkutan. Model observasi tertutup ini, pada umumnya untuk mengantisipasi agar reaksi responden dapat berlangsung secara wajar dan tidak dibuat-buat, sehingga peneliti dapat memperoleh data yang diinginkan;
- c. Observasi tidak langsung, pada kondisi ini peneliti dapat melakukan pengambilan data dari responden walaupun mereka tidak hadir secara langsung di tengah-tengah responden. Observasi tidak langsung ini semakin banyak dilakukan, sesuai dengan kemajuan teknologi komunikasi canggih, seperti penggunaan telepon, televisi jarak jauh, dan jasa satelit komunikasi yang dapat digunakan dalam dunia penelitian.

## 2. Metode Interview / Wawancara

Teknik Wawancara, Menurut Esterberg dalam Sugiyono wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.<sup>4</sup> Interview adalah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan pertanyaan secara lisan, untuk dijawab secara lisan pula. metode wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan, dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Wawancara pada hakikatnya merupakan kegiatan yang dilakukan seorang peneliti untuk memperoleh pemahaman secara holistik mengenai pandangan atau perspektif (*inner perspectives*) seseorang terhadap isu, tema atau topik tertentu.

Subyek (responden) adalah orang yang paling tau tentang dirinya sendiri. Apa yang dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur. wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabanpun telah disiapkan. Sedangkan wawancara Tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data.

---

<sup>4</sup> Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, 2013, Hal 231.

Dari beberapa defenisi dan penjelasan diatas dapat diambil beberapa kesimpulan, antara lain :

- a. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada responden atau subjek penelitian
- b. Teknik wawancara dilakukan jika peneliti memerlukan komunikasi atau hubungan dengan responden.
- c. Data yang dikumpulkan umumnya berupa masalah tertentu yang bersifat kompleks, sensitif atau kontroversial, sehingga kemungkinan jika dilakukan dengan kuesioner akan kurang memperoleh tanggapan responden.
- d. Teknik ini terutama untuk responden yang tidak dapat membaca-menulis atau sejenis pertanyaan yang memerlukan penjelasan dari pewawancara atau memerlukan penerjemahan.

### **1. Dokumentasi**

Selain melalui wawancara dan observasi, informasi juga bisa diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam. Peneliti perlu memiliki kepekaan teoretik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekadar barang yang tidak bermakna.

## **H. TEKNIK ANALISA DATA**

Pengertian Analisis Data Kualitatif adalah proses analisis kualitatif yang mendasarkan pada adanya hubungan semantis antar variabel yang sedang diteliti. Tujuan Analisis Data kualitatif yaitu agar peneliti mendapatkan makna hubungan variabel-variabel sehingga dapat digunakan untuk menjawab masalah yang dirumuskan dalam penelitian. Hubungan antar semantis sangat penting karena dalam analisis kualitatif, peneliti tidak menggunakan angka-angka seperti pada analisis kuantitatif. Prinsip pokok teknik analisis data kualitatif ialah mengolah dan menganalisis data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur dan mempunyai makna.

### **1. Reduksi Data**

Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data.

### **2. Penyajian Data**

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data

kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.