

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi pada era globalisasi mengalami peningkatan secara pesat. Penemuan-penemuan baru terus diciptakan untuk memudahkan aktivitas manusia dalam segala hal. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Perkembangan teknologi informasi telah memberikan manfaat yang begitu besar bagi bidang kehidupan. Mulai bidang bisnis, sosial bahkan bidang teknologi yang mempermudah masyarakat melakukan bisnis dan hubungan sosial antara satu dengan yang lain.¹ Hal ini dikarenakan akses jangkauan internet yang luas mampu menghubungkan satu sama lain dalam berbagai hal. Kehadiran internet dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat di seluruh dunia tanpa batasan usia dan gender. Dengan internet semua akan lebih mudah dalam berinteraksi kepada sesama tanpa harus menghabiskan waktu dan biaya. Tidak heran jika internet kini menjadi salah satu kebutuhan manusia di jaman modern ini.

Indonesia merupakan negara berkembang dimana masyarakatnya sangat terbuka dengan teknologi baru dan produk-produknya di dunia. Ditambah lagi jumlah pemakai internet di Indonesia dari tahun ke tahun meningkat sangat pesat. Di Indonesia, pengguna internet mencapai 150 juta

¹Kominfo.go.id, “Sekjen Kominfo : Perkembangan TIK, berikan Manfaat Besar bagi bidang Kehidupan”,https://www.kominfo.go.id/content/detail/3960/sekjen-kominfo-perkembangan-tik-berikan-manfaat-besar-bagi-bidang-kehidupan/0/berita_satker , diakses tanggal 16 April 2020 pukul 14.00

jiwa dengan penetrasi 56% yang tersebar di seluruh wilayah. Jumlah tersebut hanya selisih sedikit dengan jumlah pengguna internet mobile yang berjumlah 142.8 juta jiwa dengan persentase penetrasi sebesar 53%. Hasil survey APJII 2018 pengguna internet masih memiliki persentase paling tinggi di pulau Jawa dan Sumatera. Berdasarkan kontribusi pengguna internet per provinsi, paling besar diduduki oleh Sumatera Utara, Kalimantan Barat, Jawa Barat, dan Sulawesi Selatan. Penetrasi terbesar ada pada provinsi Bengkulu sebesar 85% lalu DKI Jakarta, Kalimantan Barat, Sulawesi Tenggara, Papua, dan Nusa Tenggara Barat.²

Pemanfaatan internet telah mengubah pola hidup dan budaya manusia dalam belajar, bekerja, berkomunikasi, berbelanja dan aspek lainnya. Saat ini masyarakat lebih banyak menggunakan internet dalam berkomunikasi seperti surat elektronik (*e-mail*), serta jejaring sosial (*social networking*) yang dianggap lebih efektif dan efisien.³ Berbagai kegiatan manusia yang sering dilakukan secara online yaitu belajar online (*e-learning*), kirim pesan online (*chatting*), perbankan online (*Internet banking*), pesan antar makanan (*food delivery*), belanja online (*online shopping*), pesan tiket perjalanan atau paket liburan (*e-ticket*), mencari informasi melalui mesin pencari (*search engine*). Dengan adanya kemajuan teknologi tersebut, masyarakat sangat terbantu dalam menjalankan berbagai aktivitasnya. Namun berbagai kemudahan yang

²Aptika.kominfo.go.id, “ Penggunaan Internet di Indonesia”, <https://aptika.kominfo.go.id/2019/08/penggunaan-internet-di-indonesia/> , diakses tanggal 16 April 2020 pukul 15.00

³Kominfo.go.id, “Internet Sehat & Aman (INSANI)” , https://kominfo.go.id/content/detail/3303/internet-sehat-dan-aman-insan/0/internet_sehat diakses tanggal 16 April 2020 pukul 15.30

ditawarkan telah mempengaruhi gaya hidup manusia yang memiliki ciri kehidupan serba ingin praktis dan cepat.

Tidak hanya perubahan pola gaya hidup saja, berbagai sektor mengalami perubahan salah satunya pelayanan jasa. Menurut Kementerian Keuangan (Kemenkeu), Indonesia tengah berada dalam situasi transformasi, dari konvensional menjadi digital ekonomi atau *e-commerce*. Fenomena ini dikarenakan adanya perubahan pola hidup masyarakat seiring dengan berkembangnya teknologi. Dengan teknologi, para pelaku usaha *e-commerce* mulai menjamur di Indonesia.⁴ Menurut Jony Wong, pengertian dari *e-commerce* atau *electronic commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet.⁵ *E-commerce* menyediakan kebutuhan masyarakat sehari-hari secara lengkap seperti sembako, pakaian, alat masak, keperluan anak, aksesoris dan sebagainya dengan proses transaksi jual beli secara online melalui *website*. Kesuksesan *E-commerce* menjadi pendorong para pebisnis dalam mengembangkan peluang bisnisnya.

Setiap masyarakat tentu mempunyai kewajiban setiap bulan membayar tagihan seperti biaya listrik, biaya air, biaya telepon, biaya cicilan kredit, biaya asuransi kesehatan, dan lainnya. Dahulu masyarakat harus membayar tagihan melalui loket pembayaran resmi secara *offline*. Hal ini

⁴Kemenkeu.go.id, "Ekonomi Indonesia Bertransformasi Dari Konvensional menjadi Digital", <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ekonomi-indonesia-bertransformasi-dari-konvensional-menjadi-digital/> diakses tanggal 16 April 2020 pukul 17.00

⁵Jony Wong, *Internet Marketing for Beginner*, PT.Elex Media Komputindo, Jakarta, 2010, Hlm. 33

disambut baik oleh para pebisnis dalam memunculkan idenya untuk menciptakan sebuah aplikasi membayar tagihan secara *online*. Penggabungan dari kebiasaan masyarakat dalam menggunakan *gadget* dan adanya kewajiban dalam membayar tagihan bulanan sehingga terciptanya aplikasi pembayaran *online* yang dikenal dengan *Payment Point Online Bank* (PPOB). *Payment Point Online Bank* (PPOB) merupakan suatu loket layaknya bank yang dapat digunakan untuk membayar berbagai tagihan dalam satu tempat.⁶ Hal ini menjadi tantangan sekaligus kesempatan yang besar untuk perusahaan PPOB agar dapat berkembang dengan baik di Indonesia khususnya Yogyakarta. PPOB ini memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam membayar tagihan setiap bulannya.

Hadirnya PPOB memberikan dampak positif bagi masyarakat. Jika sebelumnya masyarakat melakukan pembayaran tagihan bulanan secara langsung di kios pembayaran terdekat namun dengan adanya internet segala tagihan dapat dibayar secara *online* hanya melalui aplikasi di *smartphone*. Masyarakat dapat mudah mengakses aplikasi PPOB kapanpun dan dimanapun. Selain itu, aplikasi ini meringankan beban masyarakat yang biasanya antri panjang menunggu giliran untuk membayar tagihan kini dapat lebih hemat waktu, tenaga, dan biaya. Munculnya PPOB di Indonesia telah membantu masyarakat dalam membayar tagihan apapun secara praktis hanya dalam satu genggam. Dengan PPOB, kedua belah pihak baik penyedia layanan maupun

⁶Jurnal.id, “Mengintip peluang bisnis jasa pembayaran online dan cara memulainya”
<https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengintip-peluang-bisnis-jasa-pembayaran-online-dan-cara-memulainya/>, diakses tanggal 20 April 2019 pukul 19:00

pelanggan sama-sama merasakan keuntungan, pelanggan mendapatkan kemudahan membayar tagihan dan penyedia layanan dapat mengembangkan bisnisnya.

Salah satu Perusahaan yang sudah berpengalaman dibidang jasa pembayaran online (PPOB) yaitu PT. Dwimitra Raya Sejati. PT.Dwimitra Raya Sejati telah berdiri sejak tahun 2014 yang berkantor pusat di Jakarta Selatan. PT. Dwimitra Raya Sejati telah menaungi ribuan loket aktif yang tersebar di seluruh Indonesia. Kiosbank merupakan *brand* resmi dari aplikasi yang diluncurkan oleh PT. Dwimitra Raya Sejati. Untuk mempermudah masyarakat dalam bertransaksi, PT. Dwimitra Raya Sejati menyediakan aplikasi Kiosbank melalui *website* resmi khusus untuk pengguna PC yang dapat diunduh secara gratis. Tidak hanya itu, aplikasi Kiosbank sudah resmi rilis di *Google Play store* milik *Google*. Bagi pengguna Android dapat mengunduh aplikasi dan mengaksesnya secara gratis melalui *smartphone*. Saat ini Kiosbank telah menyediakan pembayaran *online multipayment* dengan berbagai macam tagihan lengkap seperti PLN, Telkom, PDAM, BPJS, TV, Pulsa Prabayar, Tiket kereta api, Tiket pesawat, Tiket bus, Voucher game, E-money, *Multifinance* (cicilan), Asuransi jiwa dan sebagainya. Aplikasi Kiosbank sangat mudah digunakan bagi pemula maupun yang sudah profesional. Selain memberikan kemudahan dalam membayar tagihan, pengguna aplikasi Kiosbank akan mendapatkan keuntungan disetiap transaksinya yang akan diberikan setiap bulan. Selain itu, masyarakat mempunyai kesempatan dan peluang yang sama dalam berbisnis pembayaran

online dengan bergabung menjadi mitra resmi PT.Dwimitra Raya Sejati secara gratis. Terdapat ribuan mitra yang telah bergabung dengan bisnis PPOB Kiosbank yang tersebar di seluruh Indonesia.

Banyaknya pengguna yang merasakan manfaat dari aplikasi pembayaran online Kiosbank serta keuntungan/ *fee* disetiap transaksinya, mendorong pesaing menciptakan aplikasi serupa untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Bahkan *startup* ternama juga menambahkan fitur pembayaran *online* di *platform*-nya. Berbagai promo penawaran ditawarkan untuk menarik minat masyarakat. Hal ini mendorong PT.Dwimitra Raya Sejati untuk lebih inovatif dan kreatif, sehingga tidak hanya berfokus pada penjualan dan pembelian produk saja, namun meningkatkan pelayanan serta membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat awam maupun para pengusaha pemula yang ingin berbisnis dijasa pembayaran *online*. PT.Dwimitra Raya Sejati mempunyai segmen kalangan menengah kebawah terutama di pedesaan serta instansi pemerintah untuk menjalin kerjasama bisnis.

Membangun jaringan bisnis yang besar dan kuat tentunya membutuhkan kesabaran, ketekunan, kerja keras dan semangat yang tinggi. Meyakinkan mitra untuk menjalin kerjasama bisnis tentu bukan hal yang mudah. Dibutuhkan peran dari komunikator untuk melakukan lobi negosiasi. Keberadaan komunikator merupakan faktor penting bagi perusahaan. Karena Komunikator menjadi penghubung antara perusahaan dengan mitra yang berfungsi sebagai negosiator. Sebagai perwakilan dari perusahaan, komunikator mempunyai keahlian berkomunikasi yang mumpuni dalam

menjawab segala pertanyaan publik terkait perusahaan maupun produk sekaligus meningkatkan *brand awareness*. Komunikator sendiri merupakan karyawan PT.Dwimitra Raya Sejati yang berhubungan dengan kerjasama bisnis dengan mitra. Karyawan dituntut mampu meyakinkan mitra bahwa *brand*-nya layak untuk dipilih karena mempunyai keunggulan dibanding lainnya. Oleh karena itu, sudah menjadi tugas karyawan dalam meningkatkan citra perusahaan dimata publik.

Dalam menjalankan bisnis, PT.Dwimitra Raya Sejati berkomitmen tidak hanya berkaitan dengan transaksi saja melainkan pentingnya menjalin kerjasama bisnis yang saling menguntungkan antara satu pihak dengan lainnya. Banyak bisnis serupa yang menawarkan berbagai promo menarik dengan profit yang tinggi. Masyarakat lebih mudah tertarik dengan bisnis yang minim modal dan resiko. Masyarakat awam hanya ingin mencoba peruntungan dengan mengikuti berbagai bisnis tersebut dan tidak ingin mengalami kerugian secara finansial. Hal ini dikarenakan situasi perekonomian global yang tidak menentu. Berbeda dengan para pebisnis yang sudah bergelut didunia bisnis sejak lama tentu tidak mengkhawatirkan hal tersebut, karena sudah siap menghadapi segala resiko yang akan terjadi dalam berbisnis dan lebih jeli memilih menjalin kerjasama dengan perusahaan yang mempunyai kredibilitas tinggi.

Hal yang paling sulit dalam berbisnis yaitu mempertahankan bisnis. Diperlukan jiwa berbisnis dalam mengembangkan bisnis yang telah dibangun. PT.Dwimitra Raya Sejati mulai melakukan pengembangan bisnis dengan menjalin kerjasama dengan mitra di seluruh Indonesia. Seiring makin

meningkatnya peminat bisnis PPOB, maka mulai bermunculan bisnis PPOB serupa yang menawarkan harga lebih murah. Munculnya pesaing dapat mempengaruhi mitra yang dengan mudah beralih ke PPOB karena tergiur dengan penawaran yang ditawarkan. Tidak sedikit mitra yang mulai berkurang dikarenakan adanya pesaing baru dengan berbagai penawaran menarik. Hal ini tentu tantangan serius bagi PT.Dwimitra Raya Sejati dalam menjaga kestabilan jasa pembayaran *online* dan loyalitas mitra dengan melakukan pelayanan prima agar tetap bertahan menghadapi persaingan bisnis. Selain meningkatkan kualitas aplikasi dan pelayanan prima, PT.Dwimitra Raya Sejati melakukan pendekatan dengan menawarkan berbagai promo menarik setiap bulannya kepada mitra.

Dalam menyediakan pelayanan PPOB memang dibutuhkan kualitas aplikasi yang baik dan pelayanan prima. Ternyata tidak hanya itu saja, perlu adanya membangun komunikasi yang efektif antara pihak PT.Dwimitra Raya Sejati dengan mitra untuk menjalin kerjasama bisnis yang baik dan menciptakan kepercayaan mitra terhadap bisnis PPOB. Dengan komunikasi inilah mitra akan mulai merasakan kenyamanan. Selain itu, dengan menjaga komunikasi kepada mitra tentunya akan lebih mudah mengetahui keinginan mitra demi menjaga keutuhan jaringan bisnis PPOB. Komunikasi bisnis menjadi hal penting karena tujuan utama membangun jaringan bisnis PPOB yaitu ingin membantu para mitra dalam menjalankan bisnis PPOB sehingga harus mampu memahami dan memperhatikan hal-hal yang diinginkan mitra guna menghasilkan sebuah kepuasan dan kepercayaan mitra terhadap

PT.Dwimitra Raya Sejati. Jika mitra merasakan kepuasan maka mitra akan percaya kepada bisnis PPOB Kiosbank dan tidak lagi tergiur dengan bisnis PPOB lain. Dalam berjalannya sebuah bisnis, mitra menjadi satu faktor utama yang dapat menentukan keberhasilan dari bisnis PPOB. Melalui mitra itulah bisnis yang dijalankan akan dapat berkembang dan menghasilkan profit yang diharapkan. Karena itulah penting bagi pihak PT. Dwimitra Raya Sejati untuk memberikan pelayanan prima untuk menjaga loyalitas mitra khususnya di area Yogyakarta.

Alasan memilih judul mengenai pola komunikasi PT.Dwimitra Raya Sejati dalam menjalin kerjasama bisnis dengan mitra di Yogyakarta karena fenomena ini lebih menarik untuk dikaji lebih mendalam mengenai komunikasi yang terjadi antara pihak perusahaan terhadap mitranya. Kerjasama bisnis mempunyai jangka waktu yang lama serta perlu dijaga relasinya dengan baik agar bisnis tetap berjalan dengan lancar dan semestinya. Peneliti ingin mengumpulkan informasi lebih banyak untuk menjawab masalah yang terjadi. Pentingnya pola komunikasi dalam kerjasama bisnis juga perlu dilakukan dengan sistem yang baik dan benar di dalam perjanjian kerjasama. Di mana kegiatan dalam bisnis tidak hanya hubungan transaksional saja antara perusahaan dengan mitranya. Namun juga mempunyai hubungan kedekatan secara emosional.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana pola komunikasi PT.Dwimitra Raya Sejati dalam menjalin kerjasama bisnis dengan mitra di Yogyakarta?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah : untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi PT.Dwimitra Raya Sejati dalam menjalin kerjasama bisnis dengan mitra di Yogyakarta.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya dalam penelitian yang sama dalam bisnis *Payment Point Online Bank (PPOB)*

2. Manfaat Praktis

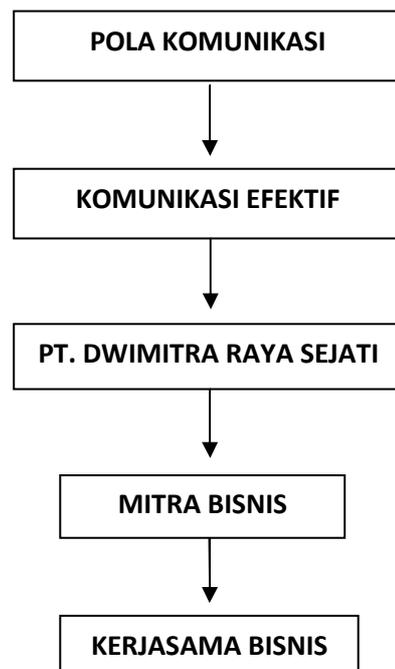
Penelitian ini dapat memberikan kritik dan saran yang membangun bagi perusahaan yang bersangkutan tentang sejauh mana keberhasilan perusahaan dalam menjalin kerjasama bisnis dengan mitra di Yogyakarta.

Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan masukan bagi perusahaan tersebut dalam meningkatkan pelayanan prima dan pengambilan keputusan guna mempertahankan loyalitas mitra.

1.5 KERANGKA KONSEP PENELITIAN

Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

POLA KOMUNIKASI PT.DWIMITRA RAYA SEJATI DALAM MENJALIN KERJASAMA BISNIS DENGAN MITRA DI YOGYAKARTA



1.6 METODE PENELITIAN

1. RANCANGAN PENELITIAN

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian

misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lainnya, secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁷

Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-kualitatif, dengan instrumen penelitian menggunakan *interview* secara langsung dengan narasumber. Data-data diperoleh dari observasi langsung ke wilayah penelitian (lapangan). Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran atau sesuatu pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang terjadi.⁸

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan deskriptif-kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data. Dalam pendekatan secara fenomenologi ini peneliti memaparkan secara jelas bagaimana pola komunikasi PT.Dwimitra Raya Sejati dalam menjalin kerjasama bisnis dengan mitra di Yogyakarta.

⁷Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Ed. 33, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014, hlm. 6

⁸ Sukmadinata, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : Graha Aksara, 2006, hlm. 72

2. OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hak objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu).⁹ Objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian.¹⁰ Objek penelitian yang diteliti adalah pola komunikasi PT.Dwimitra Raya Sejati dalam menjalin kerjasama bisnis dengan mitra di Yogyakarta. Penelitian ini akan dilakukan di Kantor Representatif PT. Dwimitra Raya Sejati, Jl. Palagan Tentara Pelajar Km. 8,8 , Kel. Sariharjo, Kec. Ngaglik, Kab. Sleman, Provinsi DI Yogyakarta. Lokasi ini dipilih untuk mempermudah memperoleh data. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan April 2020.

3. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Menurut Sugiyono, Teknik pengumpulan data dapat

⁹Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2012, Hlm. 13

¹⁰Suharsimi Arikunto, Manajemen Penelitian. Jakarta: RinekaCipta. 2005, Hlm. 29

dilakukan dengan cara observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), *kuesioner* (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya.¹¹ Pada tahap teknik pengumpulan data ini, peneliti akan lebih banyak menggunakan teknik observasi (pengamatan) dan *Interview* (wawancara) secara langsung dengan narasumber. Kedua teknik ini merupakan teknik yang lebih efektif dan akurat jika dilihat dari jenis penelitian yang penulis lakukan. Digunakan beberapa teknik untuk memperoleh data yang diperlukan untuk pengolahan data. Teknik yang digunakan tersebut adalah riset lapangan yang meliputi :

a. Pengamatan (Observasi)

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan, dimana peneliti mengamati fenomena-fenomena yang terjadi yang berkaitan dengan penelitian saat penelitian dilakukan. observasi adalah dasar semua pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi .¹² Peneliti akan mengamati pola komunikasi yang terjadi antara karyawan dengan mitra saat kerjasama bisnis berlangsung. Pengamatan ini untuk memastikan keefektifan pesan komunikator saat bersama mitra.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara atau *interview* merupakan teknik pengumpulan

¹¹Sugiyono, Metodologi Penelitian Bisnis, PT. Gramedia, Jakarta, 2007, Hlm. 402

¹²*Ibid*, Hlm. 403

data dengan cara bertatap muka secara langsung antara pewawancara dengan informan. Wawancara dilakukan jika data yang diperoleh melalui observasi kurang mendalam dan peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan.¹³ Peneliti melakukan proses wawancara dalam upaya menggali data atau informasi yang berkaitan dengan penelitian. Peneliti hanya menggunakan alat bantu draf pertanyaan, buku tulis, bolpoint, perekam untuk mencatat informasi yang disampaikan oleh 2 informan yakni Karyawan PT.Dwimitra Raya Sejati bernama Bapak Suroso selaku Koordinator Wilayah Kabupaten Sleman dan Bapak Martialis Budi Setyawan selaku Koordinator Wilayah Kota Yogyakarta.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.¹⁴ Dokumen merupakan rekaman yang bersifat tertulis atau film dan isinya merupakan peristiwa yang telah berlalu. Jadi, dokumen bukanlah catatan peristiwa yang terjadi saat ini dan masa yang akan datang, namun catatan masa lalu.¹⁵ Dokumen yang berbentuk tulisan, seperti; catatan harian, *life*

¹³Sugiyono, Metodologi Penelitian Bisnis, PT. Gramedia, Jakarta, 2007, Hlm. 411

¹⁴*Ibid*, Hlm. 422

¹⁵Andi Prastowo, Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif. Jogjakarta: DIVA Press, 2010, Hlm.192

histories, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen berbentuk gambar misalnya; foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang bentuk karya, misalnya; karya seni berupa gambar, patung, film, dan lain-lain.¹⁶ Peneliti mengumpulkan gambar, arsip, dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.

¹⁶Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, PT. Gramedia, Jakarta, 2007, Hlm. 422