

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Perusahaan

1.1.1. Profile Perusahaan

Bank XYZ merupakan salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank XYZ didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau Bank Bantuan milik kaum Priayi yang berkebangsaan Indonesia (Pribumi). Berdiri pada tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran XYZ, setelah Indonesia merdeka. Pemerintah Indonesia kembali mengubah nama lembaga tersebut menjadi Bank XYZ, yaitu pada tanggal 22 Februari 1946.

Berdasarkan undang-undang No. 14 tahun 1967 tentang undang-undang pokok perbankan dan Undang-undang No. 13 tahun 1968 tentang undang-undang bank sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rular dan ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank XYZ dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan undang-undang No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok XYZ sebagai bank umum. Sejak tanggal 01 Agustus 1992, Bank XYZ telah dirubah menjadi perseroan terbatas berdasarkan UU Perbankan nomor 7 tahun 1997 dan PP nomor 21 tahun 1992.

Kepemilikan Bank XYZ 100% berada di bawah Pemerintah Indonesia pada saat itu. Pemerintah Indonesia menjadikan XYZ pada tahun 2003 dengan nama resmi PT. Bank XYZ Tbk, dengan pencatatan 30% sahamnya, di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sehingga menjadi perusahaan public dengan nama PT. Bank XYZ Tbk, dengan kode saham XYZ yang masih digunakan sampai saat ini. Dalam dua tahun terakhir, berkat upaya keras serta didukung oleh program pemasaran yang agresif melalui jaringan unit kerja yang luas, XYZ tumbuh pesat baik dari segi total asset,

jumlah kredit yang diberikan, dana pihak ketiga yang berhasil digalang, laba yang dihasilkan, disertai dengan kualitas asset yang terjaga. Seiring dengan perkembangan dunia perbankan yang semakin pesat maka sampai saat ini Bank XYZ mempunyai unit kerja yang berjumlah 4.447 buah, yang terdiri dari 1 Kantor Pusat XYZ, 12 Kantor Wilayah, 12 Kantor Inspeksi/SPI, 170 Kantor Cabang (Dalam Negeri), 145 Kantor Cabang Pembantu, 1 Kantor Cabang Khusus, 1 New York Agency, 1 Caymand Island Agency, 1 Kantor Perwakilan Hongkong, 40 Kantor Kas Bayar, 6 Kantor Mobil Bank, 193 P. Point, 3.075 XYZ Unit Dan 357 Pos Pelayanan Desa. Hal tersebut bertujuan untuk membuka akses pelayanan XYZ yang seluas-luasnya.

1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi bank komersial terkemuka yang mengutamakan kepuasan nasabah.

Misi

1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat
2. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan menerapkan manajemen risiko yang tepat dan praktik good corporate governance
3. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholders)

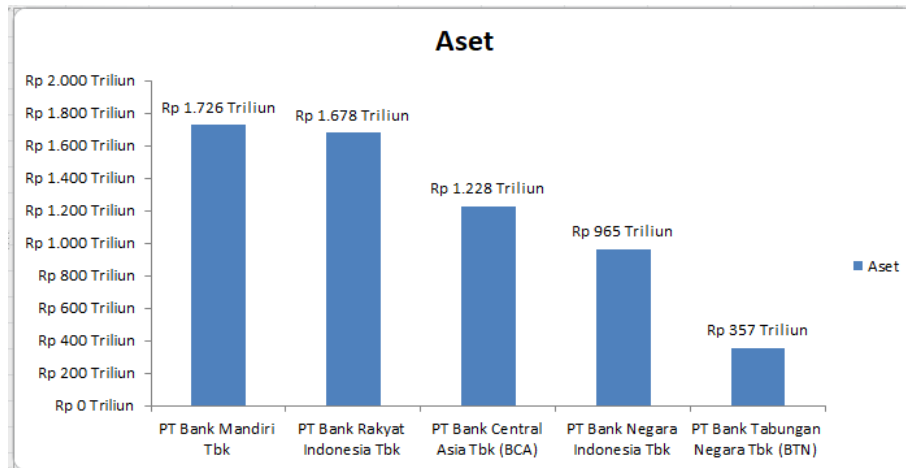
1.2. Latar Belakang

Saat ini dunia semakin modern, peranan sektor perbankan dalam memajukan perekonomian Negara sangat berpengaruh besar. Hampir seluruh sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Menurut UU nomor 7 tahun 1992 mengenai perbankan yang diperbarui dengan UU nomor 10 tahun 1998 menjelaskan bahwa bank merupakan suatu instansi yang memiliki fungsi

yaitu sebagai wadah penghimpun dana dari masyarakat dalam model simpanan dan dapat dialirkan kepada masyarakat dalam model kredit atau yang lainnya guna meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Setiap perusahaan tentu ingin mencapai suatu keberhasilan. Di Indonesia, sektor perbankan bersaing untuk mempertahankan eksistensi dan menjaga kesetiaan nasabahnya. Dalam mencapai hal-hal tersebut, perusahaan membutuhkan strategi untuk menghadapi persaingan yang semakin lama semakin ketat. Untuk itu perlu mengantisipasi, setiap perusahaan dituntut agar dapat bekerja dengan baik dan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki sehingga dapat diterima di pasar. Salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai keberhasilan yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Dengan visi yang dimiliki Bank XYZ juga selalu mengutamakan pelayanan demi kepuasan kepada nasabah untuk mencapai suatu tujuan.

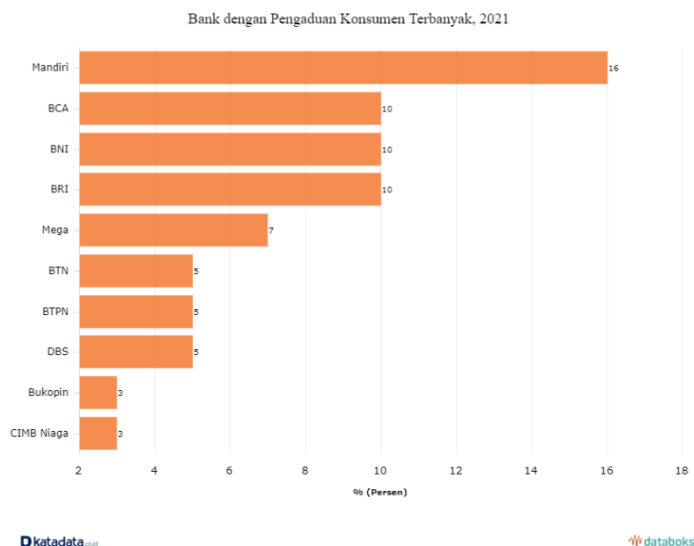
Bank terbesar di Indonesia juga termasuk menjadi salah satu kriteria yang dicari oleh banyak orang. Terutama bagi mereka yang ingin menjadi nasabah atau ingin memperoleh pinjaman atau melakukan investasi. Bahkan, banyak dari masyarakat yang mulai bertambah eskalasi pendapatannya di setiap tahun juga mengincar posisi nasabah prioritas. Pengukuran bank terbesar ini dapat dilakukan dengan berbagai metode. Misalnya, dengan melihat kelompok bank berdasarkan modal inti (KBMI), yang merupakan pengganti dari klasifikasi bank umum kegiatan usaha (BUKU). Hal ini berlandaskan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum. Namun, pengukuran bank terbesar di Indonesia lebih mudah jika dilihat berdasarkan aset yang dimiliki. Urutan bank dengan besaran aset terbesar bisa menjadi kriteria, karena semakin besar aset suatu bank, maka muncul anggapan bahwa kinerja bank tersebut semakin baik. Berdasarkan laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perbankan nasional, tercatat ada lima bank yang masuk kategori bank terbesar di Indonesia berdasarkan ukuran aset.



Gambar 1. 1 Urutan Bank Terbesar di Indonesia Dilihat dari Ukuran Aset

Sumber: databooks.katadata.co.id

Berdasarkan data dari databoks.katadata.co.id tentang bank terbesar berdasarkan laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perbankan nasional Bank XYZ menduduki urutan kedua dengan memiliki total aset konsolidasi sebesar Rp 1,678,1 triliun dengan pertumbuhan 4,23% YoY, hal ini berarti menunjukkan bahwa Bank XYZ terbesar dari bank lainnya.



Gambar 1. 2 Bank Dengan Pengaduan Konsumen Terbanyak 2021

Sumber: databooks.katadata.co.id

Berdasarkan Gambar 1.2. menunjukkan bahwa Bank XYZ menduduki urutan ketiga dengan pengaduan konsumen sebesar 10% diantara sepuluh bank lainnya yang masuk dalam urutan pengaduan konsumen terbanyak. Hal itu menunjukkan pentingnya memberikan kepuasan nasabah yang optimal seperti meningkatkan pelayanan secara optimal agar nasabah mendapatkan kepuasan dalam pelayanan yang diberikan.

Pelayanan yang baik akan memberikan kesan positif bagi nasabah, pelayanan merupakan suatu kunci yang senantiasa diupayakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mencari dan mempertahankan pelanggan yang ada dalam menunjang keberhasilan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Bagi perusahaan perbankan nasabah merupakan sesuatu yang menakutkan atau biasa juga diartikan sebagai bencana besar, karena tanpa nasabah apa arti sebuah bank. Terciptanya kualitas pelayanan tentunya menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjadinya hubungan harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan perlu dilakukan secara terus menerus dengan tujuan menjaga kepuasan nasabah. Inovasi-inovasi pelayanan perlu dilakukan sesuai dengan masukan atau saran dari nasabah dan dengan kemampuan unit pelayanan dalam memenuhi keinginan nasabah tersebut. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan tidak lepas dari upaya untuk mengukur kepuasan pelanggan, hasilnya merupakan bahan masukan bagi upaya perbaikan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap nasabah. Suatu pelayanan akan memiliki kualitas yang baik apabila pelayanan tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan.

Pelayanan perbankan sangat penting bagi keberhasilan suatu bank. Di Indonesia secara umum, pelayanan perbankan ini masih dinilai kurang sehingga ada beberapa hal yang harus diperbaiki. Jika kualitas pelayanan bank tersebut baik, maka kepuasan nasabah pun meningkat. Kepuasan terjadi karena kinerja dari pelayanan bank tersebut sesuai dengan yang diharapkan nasabah, namun jika pelayanan bank tersebut dinilai kurang efektif, cenderung akan membuat nasabah merasa kurang puas. Seperti contohnya adalah yang terjadi pada Bank XYZ Unit Loa Bakung Samarinda

Kalimantan Timur pada tanggal 07 Oktober 2022 yang dimuat dalam media konsumen, yang dialami oleh customer tersebut yang bernama Aris Fasya Callista yaitu Pelayanan Bank XYZ yang mengecewakan karena buruknya pelayanan pada *customer service* Bank XYZ. Aris kecewa karena pelayanan *customer service* sangat lambat dan sudah masuk jam pelayanan pagi antrian yang banyak petugas kabur dan keluar. (Media Konsumen, Di akses pada tanggal 28 Desember 2022). Terlepas dari permasalahan tersebut tentunya masih ada kemungkinan terjadinya hal-hal lain pada pelayanan bank yang tidak diinginkan nasabah dan tidak sesuai dengan harapan nasabah. Dengan demikian, Bank XYZ harus memperbaiki kualitas pelayanan agar mendapatkan kepuasan nasabah yang lebih baik lagi.

Menurut Tjiptono (2017) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelayanan diberikan sebuah bank untuk upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Penilaian atas kualitas pelayanan jasa perbankan terdiri dari lima dimensi. Menurut Kotler & Keller (2016), dimensi-dimensi tersebut adalah bentuk fisik (*Tangible*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Emphaty*). Dengan adanya lima dimensi tersebut, diharapkan bank dapat menentukan tingkat kepuasan nasabah. Oleh karena itu, pihak perbankan harus mampu mengelola kelima variabel tersebut dengan baik apabila ingin memperoleh kepuasan nasabah. Dalam persaingan yang ketat hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan atau nasabah (*customer satisfaction*). Keberhasilan pemasaran suatu produk sering tidak cukup hanya dengan menawarkan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh jasa tersebut. Justru yang terpenting adalah apakah penyediaan produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah sehingga meningkatkan nilai nasabah (*cost value*).

Menurut Kotler & Keller (2006) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Hal ini dapat berarti jika kinerja dibawah harapan, nasabah

akan merasa tidak puas. Jika kinerja sama dengan harapan, nasabah merasa puas, dan jika kinerja melampaui harapan, nasabah akan sangat puas atau bahagia. Nasabah yang merasa puas, akan selalu memberikan komentar yang baik tentang perusahaan dan cenderung akan setia lebih lama pada perusahaan. Kepuasan nasabah dapat memunculkan citra yang baik bagi perbankan. Maka dari itu, kualitas pelayanan itu yang menentukan kepuasan pelanggan tersebut. Kepuasan nasabah terjadi karena kinerja dari pelayanan bank tersebut sesuai dengan yang diharapkan nasabah, namun jika pelayanan yang diberikan dinilai kurang efektif, cenderung akan membuat nasabah merasa kurang puas. Untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra yang baik dan positif di mata masyarakat. Maka lembaga perbankan harus menyiapkan karyawan yang kompeten, handal, dan dapat dipercaya serta mampu menangani berbagai kebutuhan nasabahnya, terutama dalam hal ini yang menjadi ujung tombak perbankan bidang pelayanan adalah petugas *Customer Service*. Menurut Kasmir (2017), *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pihak nasabah, melalui pelayanan, dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer service* ini berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk bank. Menurut Marlius and Putriani (2020) customer service adalah suatu kegiatan yang ditunjukkan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan atau keperluan nasabah. Dalam melayani nasabah, *Customer Service* harus berusaha menarik perhatian dengan cara memberikan layanan prima kepada calon nasabah agar menjadi nasabah dari bank yang bersangkutan. Maka setiap bank harus menerapkan pelayanan prima terhadap nasabah yaitu suatu sikap dalam melayani nasabah harus memuaskan, apabila *Customer Service* melayani nasabah dengan hati yang senang akan mempengaruhi pelayanan yang diberikan kepada nasabah. *Customer Service* bertugas tidak hanya menambah nasabah yang baru tetapi juga membuat nasabah yang telah lama menggunakan produk tersebut tetap nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Bank diharapkan dapat memberikan pelayanan yang

sangat maksimal dan baik agar nasabah merasa puas. Kepuasan nasabah akan lebih mudah dipenuhi apabila petugas *Customer Service* bank mampu mengenal sifat dan karakter dari nasabah mereka dengan baik. Selain kepercayaan dari nasabah, dibutuhkan juga loyalitas dari nasabah. Menurut Lovelock dalam Astuti & Pribadi 2017 Loyalitas adalah keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu lama. Selain itu juga, Octavia (2019) mendefinisikan pelanggan loyal sebagai himpunan pelanggan yang memiliki sikap mendukung terhadap perusahaan, berkomitmen untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan dan merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain.

Bank XYZ yaitu bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah. Bank XYZ selalu melakukan evaluasi dari tahun ke tahun dalam hal penciptaan kepuasan nasabah. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan Bank XYZ dapat memanfaatkan ulasan-ulasan pengguna terhadap aplikasi atau website Bank XYZ yang terdapat pada akun twitter @BankXYZ. Twitter adalah social media yang dapat digunakan sebagai media komunikasi yang memungkinkan para penggunanya untuk berinteraksi. Ulasan tersebut memuat banyak saran, pujian bahkan keluhan nasabah. Ulasan tersebut dapat dijadikan sebagai masukan untuk layanan Bank XYZ kedepannya. Dibutuhkan suatu metode yang dapat mengolah data tersebut dengan cepat dan otomatis untuk mengklasifikasikan ulasan-ulasan tersebut dalam kategori positif, negative maupun netral. Menurut (Liu, 2010) Analisis sentiment merupakan teknik atau metode yang digunakan untuk identifikasi bagaimana emosi diungkapkan melalui teks dan bagaimana perasaan ini dapat diklasifikasikan sebagai sentimen positif atau sentiment negative. Tugas analisis sentiment adalah mengklasifikasikan teks ke dalam kalimat atau dokumen tersebut kemudian menentukan pendapat yang diungkapkan dalam kalimat atau dokumen yang akan dianalisis. Pada Sentiment analysis terdiri dari 3 jenis opini, yaitu opini positif, opini negatif dan opini netral, sehingga dengan sentiment analysis perusahaan atau instansi yang terkait dapat

mengetahui respon masyarakat terhadap suatu pelayanan atau produk, melalui feedback masyarakat maupun para ahli (Apif Supriadi & Fatmasari, 2021).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rustiana et al. (2017) yang berjudul “Analisis Sentiment Pasar Otomatif: Tweet Twitter Menggunakan Naïve Bayes” Algoritma naïve bayes merupakan algoritma yang digunakan untuk mencari nilai probabilitas tertinggi untuk mengklasifikasikan data uji pada kategori yang paling tepat sehingga dapat menghasilkan hasil yang akurat. Naïve bayes merupakan metode yang sangat sederhana dengan hasil analisis yang akurat (Gunawan et al., 2017).

Topic modeling merupakan teknik yang digunakan untuk menyimpulkan topic tersembunyi dalam dokumen teks dan topic modelling mewakili masing-masing dokumen sebagai kombinasi kompleks dari beberapa topic (Jeong et al., 2017). Menurut (Gustisa Wisnu et al., 2020) topic modeling adalah salah satu metode dalam text mining yang paling populer digunakan untuk pemodelan topic adalah *Latent Dirichlet Allotion* (LDA).

Berdasarkan dari data yang melatarbelakangi penelitian ini, maka dari itu penelitian ini akan membahas mengenai ulasan pada akun twitter BANKXYZ dengan menggunakan analisis sentiment. Analisis sentiment ini menggunakan pendekatan naïve bayes yang bertujuan untuk mengetahui opini nasabah Bank XYZ, sehingga memudahkan dalam mengetahui persepsi nasabah guna mendapatkan insight dari pengalaman menggunakan website atau aplikasi mobile Bank XYZ. Berdasarkan latar belakang dan fenomena di atas, maka penulis akan melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Customer Experience Terhadap Kualitas Layanan Nasabah Bank XYZ Berdasarkan Review Online menggunakan Sentiment Analysis dan Latent Dirichlet Alokasi (LDA)”**.

1.3. Rumusan Permasalahan

Bank XYZ merupakan bank dengan jumlah nasabah yang cukup banyak. Selain itu juga, Bank XYZ harus mempertahankan kualitas pelayanannya, dengan adanya kemudahan penyampaian opini pelanggan yang tersebar diberbagai media sosial

seperti Twitter ini dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang sudah diberikan oleh perusahaan. Namun, jika hanya melihat opini yang beredar ini belum menghasilkan sebuah insight untuk perusahaan. Oleh karena itu opini tersebut perlu diolah kembali dengan bantuan pengolahan data menggunakan metode *Topic Modeling* dan Naïve bayes classifier agar perusahaan dapat mengetahui bagaimana kualitas pelayanan sesuai dengan dimensi yang ada.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian yang akan dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana sentiment nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank XYZ?
2. Topic apa yang sering dibahas terkait pengalaman nasabah Bank XYZ pada akun twitter BANKXYZ?
3. Bagaimana topik pembicaraan pengguna twitter terhadap kualitas pelayanan Bank XYZ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana sentiment nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank XYZ
2. Untuk mengetahui pola topik yang terbentuk pada interaksi pengguna twitter pada Bank XYZ
3. Untuk mengetahui bagaimana topik pembicaraan pengguna twitter terhadap kualitas pelayanan Bank XYZ

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Aspek Teoritis

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu mampu memberikan wawasan baru tidak hanya oleh peneliti namun juga pembaca dan juga merupakan kontribusi pemikiran dalam bidang jasa pemasaran kualitas pemasaran menggunakan metode big

data. Selain itu, bisa dijadikan referensi oleh pihak lain yang bisa digunakan sebagai bahan perbandingan bagi penelitian lainnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan metode yang digunakan.

1.6.2. Aspek Praktisi

Manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini dapat memberikan informasi bagi perusahaan terkait. Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran bagi perusahaan untuk mengetahui persepsi kualitas pelayanan pada Bank XYZ. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan terkait untuk menerapkan metode yang sama. Sehingga nantinya dapat digunakan sebagai panduan dalam pengambilan keputusan dan bahan evaluasi bagi perusahaan tersebut.

1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir dan penjelasan singkat yang dimulai dari BAB I sampai BAB V sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini membahas tentang objek studi penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat dari penelitian.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II ini mengemukakan dengan jelas, ringkas dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis. Kajian Pustaka mencakup teori – teori yang sudah ada dalam buku teks maupun temuan – temuan terbaru yang terdapat dalam jurnal, skripsi, tesis, dan disertai yang dapat dipercaya. Hasil kajian tersebut kemudian digunakan untuk menguraikan kerangka pemikiran.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menegaskan tentang pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan penelitian.

d. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil dari penelitian dan pembahasan harus diuraikan secara rinci dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas terhadap cakupan, batasan, dan isi topik apabila disajikan dalam sub – sub judul. Setiap aspek pembahasan dimulai dari analisis data, interpretasi data, dan penarikan kesimpulan. Dalam penarikan kesimpulan sebaiknya dilakukan dengan membandingkan penelitian – penelitian sebelumnya atau landasan teori yang relevan.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam Bab V disajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan. Terdapat dua alternatif cara penulisan kesimpulan, yaitu dengan cara butir demi butir dan dengan cara uraian padat. Saran merupakan implikasi kesimpulan yang berhubungan dengan masalah. Selain menyentuh aspek praktis, perumusan rekomendasi juga harus ditujukan kepada para pembuat kebijakan, para pengguna hasil penelitian, dan dapat pula ditujukan kepada para peneliti berikutnya yang berminat untuk melanjutkan penelitian sebelumnya.