

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah didirikan dengan tujuan mendorong dan memajukan penerapan nilai-nilai Islam, syariah Islam, serta tradisi mereka dalam transaksi keuangan perbankan. Prinsip utama yang dipegang teguh oleh bank syariah adalah menghindari riba dalam berbagai jenis transaksi, memperoleh laba dengan cara yang sah dalam operasional bisnisnya, serta memberikan zakat. Selain itu, bank juga memiliki fungsi dasar, yaitu menyediakan tempat yang aman untuk menipkan dana nasabah dan menyediakan alat pembayaran untuk pembelian barang dan jasa. Apabila terdapat konflik dengan prinsip-prinsip syariah, bank syariah akan merancang dan menerapkan prosedur khusus guna menyesuaikan aktivitas perbankan mereka dengan prinsip-prinsip syariah Islam.¹

Dengan melihat pertumbuhan yang signifikan dalam sektor perbankan syariah, jumlah bank umum syariah di Indonesia telah meningkat dengan pembukaan cabang-cabang baru. Pada tanggal 1 Februari 2021, PT Bank Syariah Tbk (BSI) secara resmi berdiri. BSI merupakan hasil dari penggabungan antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga telah mengeluarkan izin resmi untuk penggabungan tiga bank syariah ini pada tanggal 27 Januari 2021. Melalui penggabungan ini, diharapkan kelebihan dari ketiga bank syariah dapat digabungkan, sehingga dapat memberikan layanan yang lebih komprehensif, mencakup wilayah yang lebih luas, serta memiliki kapasitas modal yang lebih solid. Upaya penggabungan ini merupakan langkah menuju penciptaan bank syariah yang akan menjadi kebanggaan umat, dan diharapkan dapat memberikan dorongan baru bagi perkembangan ekonomi nasional serta berkontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.²

¹ Zainul Arifin, "Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah," (*Jakarta: Azkia Publisher*) 2, no. 1 (2009). 2-4.

² PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Struktur Pemegang Saham," diakses 11 Januari 2023, <https://ir.bankbsi.co.id/shareholdings.html>.

Pemasaran adalah salah satu aktivitas inti yang harus dilakukan oleh perusahaan. Tanpa melakukan kegiatan pemasaran, perusahaan tidak dapat menginformasikan produk yang dijual perusahaan kepada konsumen, mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dan nilai produk yang mereka tawarkan akan mengalami penurunan. Terutama dalam konteks perbankan, dimana profit menjadi fokus utama, kegiatan pemasaran syariah telah menjadi kebutuhan yang sangat penting.³ Pemasaran syariah adalah tindakan bisnis yang memungkinkan setiap individu untuk berkembang dan memanfaatkannya dengan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan prinsip-prinsip transaksi Islami. Sasaran utama dari menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam pemasaran adalah untuk meningkatkan kesejahteraan umat manusia.⁴

Strategi pemasaran syariah adalah penerapan pendekatan bisnis yang mencakup nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah. Dalam konsep pemasaran syariah, prinsip-prinsip ini sejalan dengan ajaran Nabi Muhammad SAW. Menurut Hermawan Kartajaya, pemasaran syariah memiliki nilai-nilai pokok, yaitu integritas dan transparansi. Dalam upaya melakukan pemasaran, penting untuk selalu berpegang pada prinsip kejujuran, tanpa memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan. Pembeli seharusnya memilih produk berdasarkan kebutuhan dan keinginan mereka, bukan karena adanya diskon atau janji hadiah yang menarik untuk membeli produk tersebut.⁵

Perusahaan selalu menggunakan strategi pemasaran yang berfokus pada kebutuhan yang belum terpenuhi dari calon pembeli, termasuk aspek produk, kualitas, dan layanan. Jika konsumen merasa puas, mereka cenderung tertarik dan

³ Tati Handayani, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019). 6-7

⁴ Mahilda Anastasia dan Renny Oktafia, "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 4, no. 2 (2021), [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7773.435](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7773.435).

⁵ Chusnul Muali dan Khoirun Nisa', "Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2019), <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.1.168-185.172>.

setia kepada produk tersebut, bahkan mungkin merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan menerapkan strategi segmentasi, targeting, dan positioning, serta menggunakan bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*) perusahaan dapat mencapai tujuan maksimal mereka. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat, efisien, dan efektif untuk meningkatkan pangsa pasar bagi bank syariah.⁶

BSI menggunakan segmentasi pasar untuk memasarkan tabungan haji dengan cara mengelompokkan pasar berdasarkan faktor-faktor seperti geografis, demografi, dan psikografi. Pendekatan ini memungkinkan mereka untuk menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Mereka juga menerapkan targeting pasar yang bertujuan untuk menentukan segmen pasar yang paling cocok untuk mempromosikan produk tersebut. BSI mempromosikan tabungan haji melalui berbagai metode, termasuk periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, dan pelayanan. Dalam upaya positioning atau penempatan produknya di pasar, BSI menggambarkan dirinya sebagai mitra bagi anggotanya, dengan memberi tumpuan pada nilai-nilai kekeluargaan dan tolong-menolong, serta menonjolkan produk-produk unggulannya.⁷

Walaupun BSI memiliki sejumlah kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia dan beroperasi sebagai satu entitas yang sama, tetapi praktik pemasaran yang diterapkan oleh tiap kantor cabang memiliki perbedaan yang mencolok. Setiap kantor cabang memiliki karakteristik dan keunikan sendiri dalam usahanya untuk memasarkan produk-produknya. Hal ini sangat bergantung pada situasi dan kondisi di wilayah operasional masing-masing kantor BSI serta kebijakan yang ditetapkan oleh manajemen bank. Di samping itu, faktor-faktor yang mendukung atau menghambat di setiap daerah juga

⁶ T D Salsabilah dan M I Fasa, "Strategi Pemasaran Pada Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen* 1, no. 3 (2022).331-335.

⁷ Ivanka Mira Nur Aini dan M. Ruslianor Maika, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Lantabur Tebuireng Sidoarjo," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2022), [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).10348.136-137](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).10348.136-137)

bervariasi, tergantung pada kondisi ekonomi, sosial, dan kehidupan masyarakat di wilayah tersebut.

BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 memiliki dua jenis produk tabungan haji yang tersedia, yaitu BSI tabungan haji Indonesia dan BSI tabungan haji muda Indonesia. BSI tabungan haji Indonesia ditujukan untuk nasabah yang berusia minimal 17 tahun atau lebih. Sementara itu, BSI tabungan haji muda Indonesia ditujukan untuk anak-anak yang berusia minimal 12 tahun lebih satu hari yang belum memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP), dan produk ini membantu dalam perencanaan haji sejak dini. Tabungan haji yang ditawarkan oleh BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menggunakan akad mudharabah muthlaqah atau wadi'ah yad dhamanah.⁸ Tabungan haji yang disediakan oleh BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 tidak hanya ditujukan untuk generasi tua, tetapi juga tersedia untuk anak-anak, remaja, dan orang dewasa. Ini merupakan opsi yang signifikan untuk kaum milenial. Kondisi ini disebabkan oleh fakta bahwa waktu tunggu untuk menjadi jamaah haji semakin panjang, dengan rata-rata periode antrian mencapai sekitar 11-47 tahun di Indonesia.⁹ Oleh karena itu, lembaga perbankan terus mendorong pentingnya memulai menabung untuk haji sejak dini. Penting bagi masyarakat Indonesia untuk memahami signifikansi mendaftar haji pada usia muda, agar saat tiba untuk menjalani ibadah haji, usia tidak menjadi hambatan, sehingga ibadah haji dapat berjalan dengan baik dan diterima oleh Allah SWT.

Pada tahun 2022, Arab Saudi menetapkan kuota haji sebanyak 100.051 untuk warga Indonesia. Kemudian, pada tahun 2023, Indonesia mendapatkan tambahan kuota sebanyak 8.000 orang, sehingga jumlah total kuota jamaah haji untuk tahun 2023 mencapai 229.000 orang. Sebelumnya, selama masa pandemi Covid-19 yang melanda beberapa negara,

⁸ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "BSI Tabungan Haji Indonesia," diakses 11 Januari 2023, <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/parent/produk/bsi-tabungan-haji-indonesia>.

⁹ Linda Hasibuan, "Panjangnya Daftar Tunggu Haji RI, Baru Bisa Jalan 11-47 Tahun," CNBC Indonesia, diakses 11 Januari 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20230528091823-29-441170/panjangnya-daftar-tunggu-haji-ri-baru-bisa-jalan-11-47-tahun>.

termasuk Arab Saudi, Indonesia tidak mendapatkan kuota haji pada tahun 2020 dan 2021. Selain itu, pernah terjadi pengurangan kuota haji sebesar 20 persen yang diterapkan oleh Kerajaan Arab Saudi pada masa lalu.¹⁰

Dalam konteks ini, BPKH dan BSI telah berperan aktif dalam mengatasi permasalahan terkait kuota haji. BPKH telah menunjuk BSI sebagai salah satu bank syariah yang berfungsi sebagai Bank Penerima Setoran (BPS) untuk Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH). BSI dengan sigap merespons dan bersiap untuk menjalankan perannya sebagai BPS-BPIH sesuai dengan ketentuan yang diberikan oleh BPKH. Hal ini bertujuan untuk memudahkan para calon jemaah haji dengan menyediakan produk tabungan haji. Selain berperan sebagai BPS, BSI juga memiliki peran dalam menerima dana, mengelola likuiditas, mengelola nilai manfaat, menempatkan dana, menjadi mitra investasi, dan berperan sebagai operator dalam kerja sama dengan BPKH.¹¹

BSI menyediakan layanan yang mempermudah nasabah yang ingin membuka tabungan haji. Saat ini, proses pendaftaran untuk tabungan haji dapat dilakukan melalui layanan *mobile banking* tanpa perlu datang langsung ke kantor BSI. Untuk memperoleh nomor porsi, nasabah dapat melakukan setoran awal sebesar Rp. 25.100.000. Jika seseorang belum memiliki dana sejumlah itu, BSI memungkinkan nasabah untuk menabung setiap bulan dengan jumlah minimal Rp. 100.000. Namun, nasabah perlu membuka rekening tabungan haji terlebih dahulu sebelum mulai menabung. Keuntungan yang diperoleh oleh nasabah yang menggunakan tabungan haji di BSI termasuk pemberian kain ihram, mukena, buku panduan manasik, tempat sandal, dan kain batik sebagai seragam.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Arya Neta Adinda Jambak dan Nurul Jannah berjudul "Peran Costumer Service

¹⁰ Andean W. Finaka, "Update! Kuota Haji Indonesia Ditambah," indonesiabaik.id, diakses 11 Januari 2023, <https://indonesiabaik.id/infografis/update-kuota-haji-indonesia-ditambah>.

¹¹ Humas BPKH, "BSI Kelola Rp 20,34 Triliun Dana Haji," [bpkh](https://bpkh.go.id), diakses 11 Januari 2021, <https://bpkh.go.id/bsi-kelola-rp-2034-triliun-dana-haji/>.

¹² Fatika Aulia Said, wawancara oleh penulis. 2 Januari 2023, wawancara 1, transkrip.

dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Maburr pada Bank Syariah Indonesia KC. Lubuk Pakam" menitikberatkan pada peran customer service dalam meningkatkan jumlah nasabah. Tugas utama customer service, yang biasa disingkat CS, adalah melayani nasabah di bagian depan. Mereka memiliki strategi pemasaran khusus untuk meningkatkan jumlah nasabah yang berinvestasi dalam produk tabungan maburr di Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam. Metode pelayanan CS melibatkan kemampuan komunikasi yang baik, pengetahuan menyeluruh tentang produk BSI untuk merespons pertanyaan nasabah atau mempromosikan produk, sikap yang ramah, penggunaan bahasa yang jelas dan sopan untuk kenyamanan nasabah saat berinteraksi, serta memberikan hadiah kepada nasabah yang membuka tabungan maburr sebagai upaya untuk membangun loyalitas terhadap layanan yang diberikan oleh BSI KC Lubuk Pakam.¹³

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Yeyen Priyanti dalam penelitian berjudul "Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka" menunjukkan bahwa penggunaan produk tabungan haji di BSI dengan menggunakan akad wadi'ah memberikan sejumlah manfaat bagi nasabah. Diantaranya adalah membantu dalam mempersiapkan dana untuk melaksanakan ibadah haji melalui pengelolaan dana yang sesuai dengan prinsip syariah, tidak ada biaya pembukaan rekening, tidak ada biaya administrasi bulanan, serta nasabah dapat memperoleh fasilitas kartu ATM yang dapat digunakan di jaringan VISA. Selain itu, produk ini juga memberikan kontribusi positif dalam operasional Bank Tabungan Haji Indonesia dan Bank Tabungan Haji Muda Indonesia. Saat ini, BSI sedang mengembangkan layanan dengan mengoptimalkan BSI mobile untuk memungkinkan

¹³ Nurul Jannah; Arya Neta Adinda Jambak, "Peran Customer Service dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Maburr pada Bank Syariah Indonesia KC. Lubuk Pakam," *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, no. Vol 2 No 1 (2022): JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen (2022).914-922.

nasabah membuka rekening tabungan haji dan mengakses saldo tabungan dengan lebih mudah.¹⁴

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Asmawati dan rekan-rekannya dalam studi berjudul "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Meningkatkan Minat Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar Sulawesi Selatan" adalah untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang berhasil meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan di BSI KCP Takalar, Sulawesi Selatan. Strategi pemasaran yang diimplementasikan menggunakan konsep marketing mix 4P, yaitu Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat), dan Promotion (Promosi). Dalam konteks produk tabungan Easy wadia, strategi ini berhasil menarik minat nasabah. Dalam hal penetapan harga, BSI KCP Takalar Sulawesi Selatan menetapkan bahwa setoran awal untuk setiap produk tabungan minimal Rp. 100.000. Lokasi yang strategis dipilih agar dapat dijangkau oleh nasabah. Promosi dilakukan baik secara langsung, dengan customer service yang menawarkan produk tabungan secara langsung kepada nasabah, maupun secara tidak langsung melalui media sosial seperti Instagram BSI, mobile banking, WhatsApp, dan platform internet BSI.¹⁵

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Asmawarna Sinaga dan rekan-rekannya dalam penelitian berjudul "Analisis Pembiayaan Dana Talangan Haji untuk Biaya Perjalanan Ibadah Haji" bahwa pembiayaan talangan haji adalah bentuk pinjaman yang diberikan oleh bank syariah kepada nasabah untuk menutupi kekurangan dana yang diperlukan untuk mendapatkan kursi (seat) haji pada saat pelunasan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Produk pembiayaan ini didasarkan pada prinsip Qardh Wal Ijarah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pandangan hukum Islam terhadap pembiayaan dana talangan haji, serta pandangan hukum Islam mengenai fee ujah yang dikenakan dalam akad

¹⁴ Yeyen Priyanti, "Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka," *Jimpa: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah* 1, no. 2 (2021).273-288.

¹⁵ Asmawati A, Trimulato T, dan Ismawati I, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Meningkatkan Minat Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar Sulawesi Selatan," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.30595/jhes.v5i2.13792.169-184>.

dana talangan haji. Dalam penelitian ini, diketahui bahwa akad dana talangan haji dalam bank syariah melibatkan beberapa akad, di mana penggunaan akad qardh dan ijarah diperbolehkan. Namun, pandangan hukum Islam terhadap pengambilan fee ujarah dalam dana talangan haji dianggap tidak sesuai dengan prinsip syariah, terutama karena persentase fee ujarah didasarkan pada jumlah dana qardh yang dipinjamkan.¹⁶

Dengan merujuk pada konteks yang telah disampaikan sebelumnya, penulis mengupayakan untuk menggali dan mengevaluasi pemanfaatan strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan haji dan umrah. Penelitian ini berjudul "Strategi Pemasaran Syariah dalam Produk Tabungan Haji dan Umrah untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BSI A Yani 1 Kudus."

B. Fokus Penelitian

Berkaitan dengan judul yang penulis angkat yaitu mengenai "Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam Produk Tabungan Haji dan Umrah untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 1", penelitian ini akan difokuskan pada penggunaan strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 dalam produk tabungan Haji dan Umrah dan faktor penghambat dan pendukung dalam memasarkan produk tabungan Haji dan Umrah BSI, dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah calon nasabah haji dan memperkuat posisinya sebagai bank pilihan masyarakat.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran syariah dalam produk tabungan Haji dan Umrah di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 untuk meningkatkan jumlah nasabah?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat yang dialami BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 dalam melakukan pemasaran syariah produk tabungan Haji dan Umrah untuk meningkatkan jumlah nasabah?

¹⁶ Asmawarna Sinaga et al., "Analisis Pembiayaan Dana Talangan Haji untuk Biaya Perjalanan Ibadah Haji," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 1, no. 2 (2018), <https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.519.228-244>.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang penulis buat, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran syariah yang digunakan BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 dalam memasarkan produk tabungan haji dan umrah agar meningkatkan jumlah nasabah setiap tahunnya.
2. Untuk mengenali dan memahami faktor-faktor yang mendukung dan menghalangi BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 dalam upaya pemasarannya untuk menarik minat nasabah terhadap produk tabungan Haji dan Umrah.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan arahan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi keilmuan. Diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi peneliti serta penulis

Dengan hasil penelitian ini, diharapkan bahwa peneliti dan penulis dapat memperkaya pengetahuan mereka sendiri, serta memberikan manfaat yang lebih luas bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
2. Bagi Masyarakat
 - a. Pada umumnya dapat digunakan sebagai landasan bagi para peneliti untuk menjalankan penelitian lebih mendalam.
 - b. Melalui penelitian ini, akan terungkap sejauh mana efektivitas penggunaan strategi penyelesaian masalah yang berhubungan dengan aspek syariah dalam produk tabungan haji dan umrah dalam meningkatkan jenis pelayanan kepada masyarakat, yang pada gilirannya berkontribusi positif pada peningkatan jumlah nasabah.
3. Bagi Institusi serta Kelembagaan

Terutama bagi Bank Syariah Indonesia Ahmad Yani 1 Kudus, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang berguna dalam mengembangkan dan memutuskan strategi pemasaran yang lebih optimal kedepannya.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penulisan skripsi dilakukan untuk memudahkan dalam memahami isi dari skripsi maka penulisannya akan disusun sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terbagi dari halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi dan tabel.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab. Antara bab satu sampai dengan bab lima saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh. Adapun kelima bab itu adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian untuk mengetahui urgensi penelitian.

BAB II : KAJIAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang kajian teori yang mencakup telaah pustaka yang diperlukan untuk memaparkan penelitian sejenis yang pernah dilakukan untuk mengetahui posisi dari penelitian ini. Bab ini terdiri dari strategi pemasaran syariah, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Dalam Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran dan penutup

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

