

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menabung merupakan kegiatan menyimpan uang atau harta benda yang telah dilakukan sejak zaman nenek moyang untuk dijadikan sebagai investasi jangka panjang. Pada zaman dahulu menabung disebut sebagai kegiatan mengumpulkan uang untuk dijadikan simpanan dengan menggunakan media potongan bambu sebagai tempat menyimpan uang. Di era yang semakin maju telah banyak didirikan lembaga-lembaga keuangan baik itu konvensional maupun syariah. Lembaga keuangan tersebut tentunya akan menawarkan berbagai macam jasa atau produk-produk dengan adanya keinginan untuk mendapatkan keuntungan di kemudian hari.

Seperti yang kita ketahui bahwa Indonesia merupakan negara berkembang, sudah pasti terdapat banyak lembaga keuangan di dalamnya yang memiliki peran sangat penting untuk kemajuan suatu negara. Lembaga keuangan memiliki fungsi sebagai pengumpul dana yang diperoleh dari masyarakat yang pada akhirnya akan disalurkan kembali untuk masyarakat. Adanya lembaga keuangan serta mempunyai pemahaman mengenai bagaimana peran dari lembaga keuangan tersebut, sangat diharapkan kedepannya masyarakat dapat memilih dengan tepat lembaga keuangan mana yang akan menjadi pilihannya.¹

Bank atau lembaga keuangan merupakan perantara yang sangat berpengaruh untuk keuangan negara. Di kota Rembang terdapat banyak sekali bank dengan sistem konvensional seperti, Bank Jateng, Bank Mandiri, BRI, Bank Danamon, dan lainnya. Namun banyak juga dari bank-bank tersebut yang sudah mengepakan sayapnya untuk merambah ke sistem syariah. Seperti yang kita ketahui bahwa di Indonesia terdapat dua sistem perbankan yaitu syariah dan konvensional. Seperti contohnya Bank Mandiri, meskipun di Rembang belum didirikan gedung

¹ Abdul Haris Romdhoni and Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4, no. 02 (2018): 136, <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>.

untuk Bank Mandiri Syariah secara pribadi namun bank tersebut sudah menggunakan ke *Dual Banking System*.²

Pada lembaga keuangan syariah terdapat prinsip bagi hasil yang hukumnya dihalalkan untuk setiap nasabah. Dengan adanya persepsi dari masyarakat yang bermacam-macam mengenai lembaga keuangan syariah, maka muncullah faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan lembaga keuangan syariah salah satunya yaitu rendahnya tingkat *market share* di Indonesia yang dipicu oleh keterbatasan jaringan dan modal yang dimiliki oleh lembaga keuangan syariah tersebut. Faktor lain yang mempengaruhi rendahnya *market share* yaitu rendahnya pemahaman masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah. Rendahnya tingkat *market share* di Indonesia yang mana belum mampu untuk menjangkau di setiap wilayah pada suatu daerah, oleh karena itu di dirikanlah lembaga keuangan mikro syariah yang biasa dikenal sebagai *Baitul Maal wa Tamwil* atau BMT. *Baitul Maal wa Tamwil* atau BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang dapat melayani nasabah kalangan kecil menengah dan dapat menjangkau serta mempermudah masyarakat untuk menggunakan jasa yang di sediakan oleh BMT khususnya untuk daerah atau desa yang jaraknya jauh dari perkotaan. Di Indonesia khususnya di Jawa Tengah sudah banyak tersebar kantor pusat maupun kantor-kantor cabang dari BMT dengan tujuan agar dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat kalangan kecil menengah yang berada di berbagai daerah.³

Di zaman yang semakin maju dan diimbangi dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, banyak masyarakat yang telah mengetahui dan juga mulai berniat untuk berinvestasi di perbankan syariah. Keadaan ini dapat dibuktikan dengan banyaknya nasabah dari bank-bank syariah. Pemahaman nasabah mengenai riba juga menjadi salah satu alasan mengapa lebih memilih menabung di bank syariah. Menurut data yang di dapatkan dari SPS (Statistik Perbankan Syariah) secara garis besar menunjukkan jika perbankan syariah terus berkembang setiap

² Indah Permata Sari, "Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank BRI Cabang S. Parman Bengkulu," *Artikel Ilmiah*, 2017, 1–17.

³ Romdhoni and Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah."

tahunnya dengan jumlah nasabah pembiayaan, dana pihak ketiga Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah.⁴

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah

Tipe	2017	2018	2019	2020
Dana Pihak Ketiga	21.692.463	24.334.556	27.015.606	30.537.385
Pembiayaan, Piutang, dan Salam	4.520.667	4.866.831	5.155.858	5.359.569

Sumber : www.ojk.co.id Data Diolah, 2021

Tabel 1.1 diperlihatkan bahwa data dari setiap tahunnya mengalami kenaikan. Di tahun 2017 jumlah dana pihak ketiga mencapai 21.629.463 dengan pembiayaan sebesar 4.520.667. Kemudian pada tahun 2018 mengalami kenaikan kembali dengan jumlah dana pihak ketiga sebesar 24.334.556 dan pembiayaan 4.866.831. Tahun 2019 mengalami kenaikan lagi dengan jumlah dana pihak ketiga 27.015.606 dan pembiayaan 5.155.858. Dan pada akhir tahun 2020 jumlah dana pihak ketiga sudah mencapai 30.537.385 sedangkan pembiayaan mencapai angka 5.359.569. dari penjabaran tabel 1.1 dapat disimpulkan jika kenaikan dari dana pihak ketiga dan pembiayaan mulai dari tahun 2017-2020 mengalami kenaikan yang signifikan.

Adanya perbedaan dari sistem syariah dengan konvensional menjadi tolak ukur masyarakat menentukan keputusan untuk menabung. Adanya sistem bagi hasil akan menjadikan daya tarik dalam sistem syariah untuk mempengaruhi keputusan masyarakat. Sistem bagi hasil merupakan keuntungan yang akan dibagikan kepada pemilik modal dengan pihak bank sesuai dengan keuntungan yang di dapatkan. Selain itu juga terdapat faktor yang bersumber dari tingkat pendapatan yang mayoritas nasabah dari BMT merupakan kalangan kecil menengah.⁵

⁴ OJK, "Statistik Perbankan Syariah," 2020, 1–103.

⁵ Maisur, Muhammad arfan Arifin, and M.Shabri, "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh," *Jurnal Magister Akuntansi Pascasarjana* 4, no. 2 (2015): 1–8.

Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa. Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.⁶ Oleh karena itu kualitas pelayanan dianggap sangat mempengaruhi keputusan konsumen. Kualitas yang baik akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.

Menurut Sari keputusan merupakan hasil pemilihan dari beberapa pilihan yang ada dengan tujuan dan alasan tertentu. Begitu juga dengan kebebasan masyarakat berhak memilih atau menentukan dimana mereka akan menginvestasikan uang mereka. Oleh karena itu setiap lembaga keuangan harus memiliki citra atau sistem pelayanan yang baik yang nantinya akan menjadi nilai *plus* untuk lembaga keuangan tersebut. Tidak dapat dipungkiri jika kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di suatu lembaga keuangan, karena jika suatu lembaga keuangan tersebut dapat melayani konsumen dengan ramah, cekatan, dan memiliki respon yang baik secara tidak langsung akan memberikan rasa dan kesan nyaman terhadap pelayanan yang diberikan.⁷ Selain dengan pelayanan yang ramah, sopan dan cekatan, penyediaan fasilitas yang baik juga mempengaruhi seperti tersedianya tempat duduk yang cukup, ruangan yang sejuk, parkir yang luas, serta antrean yang tertib agar memberi kesan kenyamanan terhadap nasabah yang ingin melakukan transaksi. Penerimaan saran dan kritikan dari nasabah juga harus segera di tindak lanjuti untuk pengembangan bank kedepannya yang lebih baik. Adanya kritik dan saran dari para nasabah dapat diartikan jika mereka memiliki rasa empati dan perhatian terhadap perbankan tersebut.⁸

⁶ Fandy Tjiptono, "Manajemen Jasa", ANDI : Yogyakarta, 2006.

⁷ Indah Permata Sari, "Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank BRI Cabang S. Parman Bengkulu."

⁸ Sarwita Ade H, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 4, no. 1 (2017): 36–45.

Memperkuat dasar daripada kualitas pelayanan, terdapat ayat yang telah menjelaskan mengenai kualitas pelayanan yang baik dalam perspektif islam. Allah telah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 267 yang berbunyi :⁹

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
 أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ
 تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ
 اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”*

Penggalan ayat di atas sudah jelas di katakan bahwa Islam memperhatikan dengan sangat baik buruknya suatu pelayanan. Suatu pelayanan yang berkualitas tidak hanya di nilai dengan kecepatan tetapi juga harus memberikan yang terbaik.¹⁰

Selain dari faktor kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah juga menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menabung. Tujuan dari memahami literasi keuangan syariah tentunya untuk menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat agar mampu dengan baik mengelola keuangan dan cerdas dalam menentukan keuntungan yang akan didapatkan dari hasil melakukan investasi halal. Berdasarkan fenomena yang terjadi di

⁹ Al-Qur'an Al-Baqarah ayat 267, Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid Berwarna (Bandung: Cii Cordoba, 2018).

¹⁰ Sunardi and Handayani Sri, “Kualitas Pelayanan Dalam Islam Dan Kepercayaan Terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohan Indonesia,” *Islaminomic Jurnal* (2014): 84–98.

masyarakat, masih banyak nasabah yang belum mengetahui manfaat atau kegunaan dari literasi keuangan syariah. Akibatnya tidak adanya pemahaman dari nasabah tersebut mengenai literasi keuangan syariah yang sebenarnya sangat penting kegunaannya untuk mengolah dana yang telah disalurkan dalam perbankan tersebut. Jika suatu saat mengalami kejanggalan terhadap data transaksi, nasabah akan lebih mudah untuk menyelesaikannya.

Menurut Remund, literasi keuangan merupakan suatu ukuran pemahaman seseorang mengenai konsep keuangan, dan memiliki kemampuan serta kepercayaan diri untuk mengelola keuangan pribadi melalui keputusan jangka pendek yang tepat, rencana keuangan jangka panjang, dan perhatian pada peristiwa dan kondisi ekonomi. Penelitian yang dilakukan oleh Ruwaidah menyebutkan jika angka 8,11% yang menjadi hasil indeks mengenai tingkat pemahaman keuangan islam di tahun 2020, persentase ini dapat di katakan sangat rendah jika dibanding dengan hasil dari tingkat pemahaman keuangan publik yang mencapai angka 29,66%.

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mengenai keuangan syariah masih sangat rendah yang juga diperkuat oleh pangsa pasar yang masih rendah jika dibandingkan dengan bank umum.¹¹ Memperkuat pangsa pasar maka dibutuhkan suatu promosi agar menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk dari suatu lembaga keuangan syariah. Saat ini informasi sangat mudah diperoleh salah satunya adalah informasi dari lingkungan sekitar atau mulut ke mulut dengan istilah lain yaitu *Word of Mouth* (WoM).

Penjelasan dari Kartz dan Lazarfeld yang dikutip oleh Nurlatifah dan Masykur menjelaskan bahwa *word of mouth* tujuh kali lebih tepat digunakan daripada melalui media sosial maupun iklan, empat kali lebih berhasil daripada melakukan penjualan maupun promosi secara langsung.¹² Menurut Puspita, *Word of Mouth* (WoM) merupakan suatu komunikasi yang bersumber dari,

¹¹ Siti Homisyah Ruwaidah, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah” *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* 1, no. 1 (2020): 79–106.

¹² Nurlatifah and Masykur, “Pengaruh Strategi Pemasaran Word Of Mouth (WOM) Dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung.”

tulisan maupun lisan yang didapatkan dari pengalaman menggunakan produk atau jasa.¹³ *Word of Mouth* (WoM) juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung. Komunikasi dua arah ini biasanya akan berisi tentang rasa atau kepuasan yang telah dirasakan oleh nasabah yang menggunakan produk atau jasa dari bank tersebut kepada masyarakat yang tentunya masih ragu untuk menentukan keputusannya. Oleh karena itu komunikasi ini lebih sering dikenal dengan komunikasi ketok tular atau mulut ke mulut. Secara tidak langsung ungkapan dari kepuasan nasabah akan mempengaruhi keputusan orang-orang yang ada di lingkungannya untuk mencoba menggunakan jasa dari bank tersebut.¹⁴ *Word of Mouth* (WoM) dianggap sebagai cara yang paling efektif untuk menyebarkan suatu informasi yang dapat berupa opini, kelebihan maupun kekurangan dari suatu produk atau jasa dari perbankan tersebut. Dengan berbekal pengetahuan dari nasabah lain akan mempermudah calon nasabah untuk memilih dan mempertimbangkan keputusannya.¹⁵

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sari, menunjukkan hasil dari uji dari kualitas pelayanan sebesar 0,014 dengan pernyataan bahwa nilai tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung.¹⁶ Penelitian Ulfa dan Sulistyorini juga menjelaskan bahwa dari uji statistik yang dilakukan mengenai kualitas layanan mencapai angka $2,697 > t_{tabel} = 1,9840$ yang artinya memiliki pengaruh yang signifikan

¹³ Veny Puspita, "Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank BRI Cabang S. Parman Bengkulu," *Creative Research Management Journal* 3, no. 1 (2020): 41–50.

¹⁴ Permata Sari, "Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank BRI Cabang S. Parman Bengkulu."

¹⁵ Fajar Rezki Maulana, Nevi Hastina, and Evriyenni, "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah," *Global Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 2 (2020): 124–37.

¹⁶ Permata Sari, "Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank BRI Cabang S. Parman Bengkulu."

(0,008) terhadap keputusan untun menabung kembali.¹⁷ Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ruwaidah menjelaskan bahwa berdasarkan uji t yang telah dilakukan menunjukkan hasil $0,2436 > 0,1990$ sehingga dapat disimpulkan jika literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa untuk menggunakan jasa perbankan dengan sistem syariah.¹⁸

Hasil riset dari Puspita menjelaskan dalam hasil penelitiannya bahwa variabel *Word of Mouth* dianggap menjadi faktor yang paling kuat untuk mempengaruhi keputusan menabung dengan $t_{tabel} < t_{hitung}$ sebesar $1,997 < 8,542$. Karena *Word of Mouth* dianggap media yang paling tepat untuk menggambarkan kelebihan produk atau jasa kepada calon nasabah maka akan mengurangi rasa cemas untuk mengambil keputusan. Maka dapat dipastikan jika *Word of Mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung.¹⁹ Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Maulana, dkk menyebutkan jika hasil dari uji hipotesis secara simultan mendapatkan hasil jika *Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk memilih bank syariah.²⁰ Hasil dari riset yang telah dilakukan oleh Sari tidak selaras dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Puspita dan Maulana, dkk mengenai variabel *Word of Mouth*. Dalam penelitian yang dilakukan Sari, menjelaskan bahwa *Word of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, menurutnya keputusan yang telah diambil oleh nasabah untuk menabung di bank tersebut bukan hanya dari faktor *Word of Mouth*.

¹⁷ Diana Ulfa and Utami Tri, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali (Studi Pada PT BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA),” *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8, no. 1 (2018): 62–72.

¹⁸ Siti Homisyah Ruwaidah, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah”

¹⁹ Veny Puspita, “Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank BRI Cabang S. Parman Bengkulu.”

²⁰ Maulana, Hastina, and Evriyenni, “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah.”

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* penelitian-penelitian terdahulu. Ade Sarwita 2017 dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Jatim di kota Surabaya, namun pada penelitian Indah Permata Sari 2017 menyatakan bahwa *word of mouth* tidak mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung. Siti Homisyah Ruwaidah 2020 menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan. Berdasarkan uraian dari penelitian terdahulu tersebut dan adanya perbedaan hasil penelitian yaitu pada variabel *word of mouth* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan untuk menabung. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian apakah sesuai dengan fakta yang ada dilapangan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Literasi Keuangan Syariah, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menabung di BMT ?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di BMT ?
3. Bagaimana pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan menabung di BMT ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menabung di BMT.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di BMT.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan menabung di BMT.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teroritis
Menambah informasi terkait dengan pengaruh kualitas layanan, lokasi, dan *word of mouth* terhadap keputusan menabung di BMT.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi mahasiswa
Menambah wawasan dan informasi mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung khususnya di BMT.
 - b. Bagi penelitian selanjutnya
Kedepannya semoga penelitian ini nantinya dapat dijadikan acuan dan dapat dikembangkan lagi untuk melakukan studi kasus dalam ruang lingkup yang sama.
 - c. Bagi nasabah
Mampu mengambil keputusan dengan bijak untuk menyimpan atau menabung uang dengan benar.

E. Sistematika Penulisan

Proposal penelitian ini ditulis dengan sistematika sebagai berikut untuk memudahkan mempelajari penjelasan dari pokok permasalahan yang akan dibahas :

1. Bagian awal : Merupakan bagian yang berada sebelum tubuh karangan, meliputi halaman judul, halaman pengesahan, motto dan persembahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, lampiran.
2. Bagian isi : terdiri dari 5 bab, yaitu

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi mengenai hal-hal mendasar dari suatu penelitian yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini terdiri dari telaah pustaka dan penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir yang terkait dengan pembentukan portofolio optimal.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang meliputi variabel penelitian dan definisi variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang deskripsi hasil dan penelitian, pembahasan dan analisis.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian.

3. Bagian akhir berisi daftar pustaka, lampiran dan daftar riwayat pendidikan.

