

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dunia usaha yang semakin ketat, terutama perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, seperti bank, bank merupakan suatu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Ada dua sistem perbankan yang berlaku di Indonesia, yaitu bank konvensional dan bank syariah, selain persaingan antara perbankan syariah dan konvensional dalam perbankan yang mempunyai sistem syariah juga terdapat persaingan yang cukup signifikan hal ini ditandai dengan mulai banyaknya perbankan syariah yang mulai bermunculan dengan berbagai inovasi-inovasi yang berbeda tiap perbankan syariah persaingan dalam bank syariah tidak dapat dihindari lagi.¹

Dengan terdapatnya hambatan itu membagikan kesempatan untuk lembaga keuangan membagikan investasi bagi mereka. Maka munculah suatu lembaga keuangan yang menangani masalah perekonomian yang dibutuhkan oleh masyarakat pada umumnya yang bermaksud mempermudah warga dalam mengatur serta memanfaatkan apa yang menjadi kebutuhannya seperti simpanan.²

Lembaga keuangan mikro adalah syarat hukum yang diberikan oleh UU No.1 Tahun 2013. Lembaga keuangan mikro yang disebutkan di UU terdapat dibawah kontrol pengawasan daulat pelayanan finansial ataupun lazim diucap OJK. Sebaliknya, badan finansial mikro (syariah) ada dari badan yang dikendalikan oleh pengawasan departemen koperasi dan UKM, khususnya koperasi ataupun bagian KSPPS. Salah satu cabang badan finansial mikro syariah yakni Baitul Maal

¹ Yuliati dan Ignatius Soni Kurniawan, Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung ² Reda Asriyanti, BMT Adalah Kambiar yang Berdampak Gigitan usaha tani di tingkat pedesaan”, *jurnal litbang pertanian*, 28 no.3, 2009, 111

wat Tamwil, ataupun BMT, yang membagikan perantara finansial pada UMKM.³

Di Indonesia sendiri banyak sistem perbankan yang menggunakan sistem perbankan islam. Bank islam atau yang biasa dikenal dengan bank syari'ah adalah lembaga perbankan yang operasionalnya tidak memercayakan pada bunga. Bank syari'ah merupakan badan perbankan yang bekerja serta produknya dibesarkan bersumber pada pada prinsip Al-Qur'an serta Hadist, bank syariah selaku usaha utama yang membagikan pelayanan serta pembiayaan dalam transaksi dan penyebaran mata uang yang dioperasikan sesuai syariat islam.⁴

Lembaga keuangan syari' ah dibuat dengan tujuan memasarkan serta meningkatkan aplikasi dasar Islam, syari'ah dengan memakai transaksi keuangan serta perbankan dan bidang usaha yang terpaut. Diantara lembaga keuangan syariah merupakan *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT).⁵ BMT ialah usaha mandiri terintegrasi berkaitan dengan kegiatan meningkatkan usaha produktif serta pemodalannya dalam tingkatkan kualitas kegiatan ekonomi wirausaha kecil dengan mendorong aktivitas menyimpan uang serta mendukung pembiayaan aktivitas ekonominya.⁶ Lembaga keuangan ini membagikan angsuran serta pelayanan terkait pembiayaan yang bekerja sesuai dengan aturan syariah islam. Kehadiran lembaga keuangan syariah ataupun BMT ini sangat bermanfaat dalam mengurangi kemiskinan sebab pihak BMT mendanai dengan keahlian usahawan dan prosedur kredit yang tidak sulit untuk diikuti.⁷

Aktivitas usaha yang dijalani oleh BMT Mubarakah Cabang Mejoko Kudus meliputi produk simpanan serta produk pembiayaan. Produk simpanan terdiri dari: dana setiap hari (simpanan harian), simpanan berjangka, simpanan berhadiah

³ Achmad Rifa'i, "Peran Pembiayaan Rakyat Syariah dalam Mengimplemetasikan Keuangan Inklusif Melalui Pembiayaan UMKM", *Human Falah*, Volume 4, Nomor 2, 2017, 201.

⁴Ahmad Dahlan, *Bank Syariah:Teoritik, Praktik, Kritik*, (Yogyakarta: Teras,2021),100

⁵ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, (Jakarta: KencanaPramedia Group, 2009), 35.

⁶ Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal wa Tamwil*, (Bandung:CV Pustaka Setia, 2013), 23.

⁷ Muhammad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer.cet.1* (Yogyakarta:UIN Peres, 2000), 106

serta simpanan lebaran. Sebaliknya produk pembiayaan terdiri dari: mudharabah, musyarakah serta murabahah.⁸

Salah satu lembaga keuangan syari'ah yang mempunyai persaingan yang sangat ketat adalah BMT (*Baitul Mal Wattamwil*), BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil.⁹

Dalam upaya memenangi suatu persaingan yang terjadi dalam dunia perbankan tidak cukup hanya memeperhatikan inovasi suatu produk-produk perbankan, namun suatu perbankan harus menciptakan suatu inovasi dalam segi pelayanan atau strategi-strategi yang dapat menciptakan minat anggota menabung. Minat menabung seorang anggota disebabkan oleh beberapa hal, seperti pengetahuan anggota, persepsi orang tentang perbankan, pengaruh sosial dan kebutuhan anggota.

Dalam memahami minat menabung seorang anggota perlu adanya pembelajaran tentang perilaku anggota, dimana perilaku anggota menentukan bagaimana seorang anggota dalam mengambil sebuah keputusan, seorang anggota dalam menentukan sebuah keputusan tentunya mempertimbangkan banyak hal, seperti dalam melakukan penyimpanan, seorang anggota pasti akan memikirkan tentang resiko dan manfaat yang akan didapatkannya, maka untuk menumbuhkan suatu minat dari seorang anggota perlu adanya upaya dari perbankan dalam melakukan inovasi atau strategi-strategi dalam menarik minat anggota.

Beberapa faktor yang menjadikan minat anggota menabung adalah bagaimana perbankan atau BMT pelaksanaan pemasaran, dan strategi apa yang digunakan dalam usaha mendapatkan minat dari seorang anggota, dan untuk mendapatkan minat menabung, salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perbankan dalam upaya mendapatkan minat menabung dari anggota adalah strategi *personal selling* (penjualan pribadi), penjualan personal atau *personal selling* melibatkan interaksi personal langsung diantara calon pembeli dan petugas penjualan.¹⁰ Strategi *personal selling* (penjualan pribadi) secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank,

⁸ Dokumentasi BMT Mubarakah pada tanggal 27 April 2021.

⁹ Buchari Alma dan Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung, ALFABETA, 2009), 18.

¹⁰ J. Paul Petter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta, Salemba Empat, 2006), 206.

mulai dari *cleaning service*, satpam, kasir sampai manajer bank, secara khusus *personal selling* dilakukan oleh *customer service* atau *service assistensi*. Dengan kata lain dalam memperoleh minat suatu anggota melakukan penjualan secara langsung dilakukan oleh seluruh jajaran pegawai dalam suatu perbankan, suatu minat diperoleh ketika seorang anggota mengetahui dan mempunyai gambaran tentang produk atau citra suatu perbankan tersebut, penjualan pribadi merupakan hal yang sangat tepat apabila digunakan dalam menarik minat menabung dari seorang anggota, maka dalam pelaksanaan penjualan pribadi (*personal selling*), harus dilakukan dengan baik, terutama bagi para *marketer* atau winaraga (tenaga penjual) yang dapat melaksanakan penjualan secara *door to door*.¹¹ dalam strategi *personal selling* anggota akan mendapatkan pengetahuan secara menyeluruh atau secara detail tentang produk-produk atau sistem yang berlaku dalam produk tersebut tentunya hal tersebut akan menjadikan kemudahan anggota dalam mengambil suatu keputusan dan akan menciptakan suatu minat dari seorang anggota.

Selain itu untuk mendapatkan minat menabung dari diperlukan suatu kepercayaan dari anggota. Kepercayaan merupakan ketersediaan perusahaan bergantung pada mitra bisnis, kepercayaan juga tergantung pada sejumlah faktor antar pribadi dan antarorganisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati perusahaan.¹² Kepercayaan dari anggota juga didapatkan ketika anggota mengetahui objek, atribut dan manfaat produk.¹³ Dalam mendapatkan suatu minat dari anggota, perbankan perlu melakukan suatu cara untuk membangun kepercayaan dari anggota, kepercayaan dari anggota akan muncul ketika perusahaan mampu menyajikan dengan baik produk-produk yang ditawarkan kepada anggota. Kepercayaan juga akan muncul seiring dengan kegigihan BMT untuk selalu memberikan yang terbaik untuk anggota. Dengan mempunyai kompetensi yang baik dan integritas serta dapat selalu bersikap jujur kepada anggota maka minat dari anggota akan semakin besar, diperlukan juga kebaikan hati dari perusahaan untuk selalu menjaga amanat yang diberikan oleh anggota. Ketika anggota

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana,2015), 181.

¹² Philip Kolter dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid I*, (Jakarta: Erlangga,2008), 29.

¹³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011),165.

dapat merasakan kelebihan-kelebihan dan merasakan manfaat yang diberikan oleh produk yang ada di BMT maka minat anggota terhadap BMT tentunya semakin besar, sebaliknya jika BMT tidak berkompeten tidak mempunyai kejujuran dan integritas serta tidak ada kebaikan hati dari BMT untuk menjaga amanah anggota dengan baik maka anggota tidak akan percaya kepada BMT dan minat dari anggota untuk melakukan transaksi di BMT semakin rendah.

Minat menabung anggota juga bisa didapat melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT. Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.¹⁴

Peranan kualitas pelayanan dalam menciptakan suatu minat menabung dari seorang anggota tentunya sangatlah penting apalagi dalam persaingan dunia usaha bidang jasa pelayanan menjadi hal yang sangat vital, setiap kualitas pelayanan dari tiap perusahaan jasa terutama dalam perbankan sangatlah berbeda-beda, dan suatu pelayanan akan menjadi tolak ukur yang sangat menonjol karena akan menjadi perhatian dari seorang anggota, pelayanan tidak cukup hanya memperkenalkan suatu produk, pelayanan adalah kegiatan menyeluruh baik dalam bertatap muka, seperti memberikan senyuman, bertingkah laku sopan dan berkata yang santun hal tersebut tidak akan pernah lepas dari diri karyawan yang memberikan suatu pelayanan, selain itu faktor fisik seperti kantor yang baik dan bersih dan pelayanan-pelayanan yang lain. ketika suatu perbankan dapat memaksimalkan hal tersebut dan anggota mempunyai pandangan yang positif maka citra suatu perbankan akan naik dan tentunya akan menarik minat dari anggota untuk menabung.

BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus adalah koperasi simpan pinjam yang bergerak dilembaga keuangan mikro yang menggunakan prinsip syari'ah dalam menjalankan koperasinya dengan profit dan sharing. BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus merupakan lembaga keuangan yang berdiri pada tahun 2010.¹⁵

Peneliti tertarik membahas tentang minat anggota menabung karena melihat pertumbuhan anggota yang menabung

¹⁴ Kasmir, *Customer Services Excelelent Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rajawali Press, 2017), 64.

¹⁵ Puji Astuti, Hasil Wawancara Oleh Penulis, 3 Juni 2022.

di BMT Mubarakah Cabang Mejobo, mulai meningkat dari tahun ketahun.¹⁶

Tabel 1.1
Peningkatan Jumlah Anggota Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah Anggota
2018	417
2019	506
2020	527

Dari tabel dan diagram tersebut dapat diketahui bahwa jumlah nasaba Di BMT Mubarakah Cabang Mejobo per tahun meningkat setiap tahunnya. Terbukti pada tahun 2019 mengalami peningkatan sejumlah 527 akad dari tahun sebelumnya.

BMT Mubarakah banyak menawarkan produk salah satunya tabungan mudharabah, tabungan mudharabah hadir untuk menyambut kebutuhan masyarakat terhadap produk-produk yang ada di BMT Mubarakah. tabungan ini termasuk simpanan berjangka dengan pola nisbah bagi hasil . tabungan Mudharabah ini sudah ada sejak BMT syariah Tambang di dirikan. tabungan mudharabah ini diantaranya: simpanan harian, simpanan berhadiah, simpanan idul fitri, dan simpanan berjangka (deposito). Dari hasil penelitian awal yang dilakukan oleh penulis, produk tabungan Mudharabah yang ditawarkan oleh BMT Mubarakah tersebut kurang berkembang.karena strategi pemasaran produk oleh BMT belum optimal dijalankan, karena sampai saat ini masyarakat di sekitar BMT Mubarakah Cabang Mejobo khhususnya Kecamatan Mejobo Kudus masih banyak yang belum mengetahui keberadaan BMT dan produknya, Padahal BMT Mubarakah Cabang Mejobo ini terletak di daerah yang sedang berkembang pesat, tempatnya sangat strategis, dekat dengan pasar, sekolah dan pemukiman masyarakat, dan di Kecamatan Mejobo.¹⁷

Selain itu kurangnya pelayanan yang diberikan kepada anggota juga menjadi sebab kurangnya minat menabung anggota, karena kebanyakan anggota merupakan pedagang dipasar pelayanannyapun dirasa sangat kurang optimal, hal tersebut juga memicu kurangnya minat menabung anggota. hal ini menjadikan bahan evaluasai manajer dalam pelaksanaan *personal selling*,

¹⁶ Puji Astuti, Hasil Wawancara Oleh Penulis, 3 Juni 2022.

¹⁷ Puji Astuti, Hasil Wawancara Oleh Penulis, 3 Juni 2022.

kepercayaan dan kualitas pelayanan untuk ditingkatkan lebih baik lagi agar minat menabung anggota meningkat.¹⁸

Seperti yang sama-sama kita ketahui bahwa sasaran BMT Mubarakah Cabang Mejobo adalah masyarakat kecil dan menengah, masyarakat yang memerlukan dana dan masyarakat yang ingin menginvestasikan dananya, apabila pemasaran melalui promosi, periklanan dan pelayanan lebih ditingkatkan akan menciptakan peluang lapangan kerja, dan secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus, sebagai Lembaga keuangan yang sudah lama didirikan, untuk itu BMT memerlukan langkah-langkah dan strategi untuk mengembangkan perusahaannya dengan cara memasarkan produknya, memperkenalkan kepada calon anggota apa dan bagaimana sebenarnya BMT, dan untuk apa produk tabungan mudharabah dan produk-produk lain yang ada di BMT.

Berdasarkan data diatas peneliti merasa tertarik untuk meneliti tentang strategi *personal selling*, kepercayaan dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus, apakah ketiga variabel itu masih memiliki pengaruh terhadap minat menabung anggota. Oleh karena itu peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang *personal selling*, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung dengan objek penelitian anggota yang menabung di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.¹⁹

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yulianti dan Iganatius Soni Kurniawan pada anggota BMT *Al Ikhwan* kantor Cabang Condong Catur, membuktikan bahwa periklanan dan hubungan masyarakat mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menabung, namun , kualitas pelayanan dan jaminan rasa aman tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung.²⁰

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Dedy Trisnadi dan Ngadino Surip pada anggota di PT Bank CIMB Niaga Tbk Bintaro, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan

¹⁸ Puji Astuti, Hasil Wawancara Oleh Penulis, 3 Juni 2022.

¹⁹ Puji Astuti, Hasil Wawancara Oleh Penulis, 3 Juni 2022.

²⁰ Yulianti dan Ignatius Soni Kurniawan, Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Anggota BMT Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur, *Jurnal Manajemen* Vol. 7, No. 1, 2017, 5.

terhadap variabel minat menabung di PT BANK CIMB Niaga TBK Bintaro.²¹ Berdasarkan kedua penelitian diatas terdapat penelitan yang berbeda, maka dari itu variabel kualitas pelayanan perlu diteliti ulang.

Dari kedua penelitian diatas menyarankan untuk meneliti variabel lain, oleh karena itu peneliti ingin menambahkan variabel *personal selling* dalam penelitian ini. Hal ini berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Layaman dan Pritha Nilamsari pada Anggota Bank Syariah Mandiri Cabang Majalengka, membuktikan bahwa margin dan *personal selling* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat anggota.²²

Berdasarkan fenomena minimnya minat menabung anggota BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus serta perbedaan penelitian dari peneliti terdahulu menyebabkan peneliti tertarik meneliti lebih lanjut masalah ini dengan judul **“Pengaruh *Personal Selling*, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Anggota Di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus”**.

Berbeda dengan penelitian terdahulu, pada penelitian ini peneliti menambahkan indikator kepercayaan sebagai variable X. Dimana kepercayaan anggota merupakan kesimpulan yang berasal dari pengetahuan seseorang terhadap produk , semakin tinggi seorang anggota memiliki pandangan yang positif kepada produk maka konsumen akan percaya pada produk tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Personal Selling* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Anggota di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus?
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Anggota di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus?

²¹ Dedy Trisnadi dan Ngadino Surip, Analisis Pengaruh Margin dan Personal Selling Terhadap Minat Anggota, *Jurnal Al-Amwal*, Vol. 10, No. 01, 2018, 89

²² Layaman dan Pritha Nilamsari, “Analisis Pengaruh Margin Dan Personal Selling Terhadap Minat Anggota”, *Jurnal Al-Amwal* Vol 10 no.1, 2018. 81

3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Anggota di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh *Personal Selling* terhadap Minat Menabung Anggota di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung Anggota di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Anggota di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Penulis
Dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis, sehingga penulis dapat membandingkan antara teori dan praktek atau kenyataan yang terjadi di lapangan.
 - b. Bagi Ilmu Pengetahuan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kepustakaan serta sebagai bahan untuk penelitian lebih lanjut mengenai Pengaruh Personal Selling, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Anggota pada Di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Penulis
Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis, serta sebagai bahan acuan bagi peneliti yang lainnya.
 - b. Bagi perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan konsep mengenai Pengaruh Personal Selling, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap

Minat Menabung Anggota Di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah, berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari : halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan skripsi, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, abstrak, halaman daftar isi, halaman daftar tabel dan halaman daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Teori

Dalam bab ini berisi landasan-landasan teori yang digunakan untuk memperkuat judul penelitian yang diambil oleh peneliti dan masalah yang ingin diteliti, dalam bab ini terdapat penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian yang diambil oleh peneliti saat ini, kerangka berfikir serta hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini terdapat jenis penelitian dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini berisi gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data, serta pembahasan.

BAB V : Penutup

Berupa penutup yang terdiri dari kesimpulan, keterbatasan penelitiann, dan saran.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.

