

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Haji diwajibkan bagi umat Islam pada tahun 9 Hijriah. Ibadah haji rukun Islam yang kelima, yang diwajibkan oleh Allah SWT. bagi orang-orang yang memiliki kemampuan fisik, finansial, dan kondisi lain untuk melaksanakan ibadah haji maupun umrah (*istitaah*).¹ Dalil yang menetapkan kewajiban menunaikan ibadah haji adalah firman Allah SWT. Q.S. Ali Imran/3: 97 menjelaskan tentang kewajiban melaksanakan ibadah haji:

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

Artinya. *“Dan kewajiban manusia terhadap Allah adalah menunaikan ibadah haji ke Baitullah, bagi yang mampu melakukan perjalanan ke sana”*.²

Akan tetapi, batas jumlah jemaah haji di Indonesia sangat terbatas dan waktu tunggu yang panjang. Oleh karena itu, banyak orang Muslim memutuskan untuk melaksanakan ibadah umrah terlebih dahulu sebagai alternatif untuk memenuhi panggilan spiritual menuju ke Tanah Suci. Berbeda dengan ibadah haji yang hanya bisa dilakukan satu kali setiap tahun berdasarkan kalender Hijriah, umrah adalah ibadah yang dapat

¹ Rohmansyah, “Ibadah dan Mu’amalah . Jejak Pustaka. *Google Books*.”

² Qur’an Kemenag.

dilakukan secara fleksibel, kapan saja. Banyak orang yang melaksanakan umrah setiap tahun sambil menunggu kesempatan untuk menunaikan ibadah haji.³

Indonesia memiliki populasi umat Muslim yang banyak diseluruh dunia.⁴ Situasi ini menciptakan peluang bisnis di sektor jasa, terutama untuk penyelenggaraan haji dan umrah. Namun, banyaknya agen perjalanan haji dan umrah menjadikan tantangan bagi perusahaan pengelola perjalanan untuk menyusun rencana bisnis yang kompetitif. Calon jemaah haji dan umrah tentu menginginkan pelayanan yang profesional, bimbingan ibadah yang berkualitas, serta kenyamanan dalam menjalankan ibadah. Pelayanan yang tulus dan sepenuh hati bukan hanya memenuhi harapan jemaah, tetapi juga menjadikan investasi jangka panjang yang memberikan kesan mendalam jika perjalanan umrah berlangsung dengan nyaman, tertib, dan sesuai tuntunan (Kotler dan Keller, 2016). Pelayanan dianggap berkualitas atau memuaskan jika mampu memenuhi sesuai kebutuhan dan harapan jemaah. Sebaliknya, jika jemaah merasakan ketidakpuasan terhadap pelayanan apa yang diberikan, maka bisa dikatakan bahwa pelayanan dapat dikatakan belum berkualitas atau kurang tepat.⁵

³ Saimona., Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Jamaah Umroh di Hajar Aswad Mubaroq, 2.

⁴ D.N dan D.C, *Basic econometrics*.

⁵ Dahlan, *Kualitas Pelayanan*, 3.

Jumlah penyedia layanan untuk perjalanan ibadah haji dan umrah yang semakin banyak dalam mengelola pelaksanaan ibadah umrah menyebabkan terjadinya persaingan antar penyedia layanan. Hal ini membuat jemaah umrah kebingungan dalam memilih lembaga yang memiliki pelayanan terbaik, sehingga pelaksanaan ibadah umrah dapat dilakukan dengan memuaskan. Penyediaan pelayanan yang baik untuk jemaah akan kepuasan, yang pada akhirnya akan menumbuhkan kesetiaan jemaah terhadap perjalanan yang dipilih.

Kepuasan jemaah umrah terhadap layanan yang disediakan oleh penyedia perjalanan dipengaruhi oleh sejumlah elemen, salah satunya adalah mutu pelayanan yang disediakan oleh lembaga perjalanan ibadah haji dan umrah, dengan memberikan layanan yang berkualitas yang sesuai dengan harapan jemaah supaya jemaah umrah akan merasa puas.⁶

Pelayanan yang baik ditandai dengan kemampuan untuk memberikan kepuasan kepada jemaah, yang mencakup memiliki staf yang profesional, menyediakan fasilitas yang memuaskan, menyediakan barang yang dibutuhkan, bertanggung jawab atas setiap jemaah dari awal sampai akhir, melayani dengan tanggap, berdiskusi dengan baik, memiliki pengetahuan yang cukup, serta mampu membangun kepercayaan dengan jemaah.⁷

⁶ D.N dan D.C, *Basic econometrics*.

⁷ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005) hal. 9

Sebagai salah satu penyelenggara perjalanan ibadah umrah, PT. Pancar Ni'mah Martapura berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada jemaah. Berdasarkan data manifes keberangkatan, jumlah jemaah umrah yang diberangkatkan oleh PT. Pancar Ni mah pada tahun 2023 mencapai 1.254 jemaah, sedangkan pada tahun 2024 tercatat sebanyak 625 jemaah. Data ini menunjukkan adanya antusiasme masyarakat yang cukup tinggi terhadap program umrah yang diselenggarakan oleh perusahaan, sekaligus menjadikan dasar penting bagi peningkatan mutu pelayanan agar kepuasan jemaah tetap terjaga. Namun demikian, dalam menghadapi persaingan yang semakin intens di sektor biro perjalanan umrah, peningkatan mutu layanan secara berkelanjutan menjadikan suatu kebutuhan strategis untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan kepuasan jemaah.

Sejalan dengan pentingnya kualitas pelayanan dalam dunia biro perjalanan ibadah umrah, penelitian yang dilakukan oleh Miftahul Ulum (2016) dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta mengungkapkan bahwa mutu layanan paket ibadah umrah reguler sangat mempengaruhi terhadap tingkat kepuasan jemaah umrah PT. Alia Indah Wisata. Dalam penelitiannya, aspek berwujud (*tangibles*), jaminan (*assurance*), dan daya tanggap (*responsiveness*) terbukti memiliki dampak positif yang berpengaruh pada kepuasan jemaah, sementara pada dimensi keandalan (*reliability*) dan empati (*empathy*) tidak menunjukkan pengaruh yang berarti.

Temuan penelitian tersebut menguatkan asumsi bahwa pengelolaan kualitas layanan yang efektif memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan jemaah umrah secara langsung. Berdasarkan itu, penulis bertujuan melanjutkan sekaligus memperdalam serta memperkuat pemahaman perihal pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah yang diselenggarakan oleh PT. Pancar Ni'mah Martapura.

PT. Pancar Ni'mah merupakan salah satu biro perjalanan umrah yang cukup aktif, dapat dipercaya, dan telah berjalan di daerah Martapura dalam waktu yang cukup lama, berdiri sejak 30 tahun yang lalu, yang awal mulanya disahkan pada tanggal 18 November 1994.

Meskipun demikian, berlandaskan hasil observasi awal dan penjelasan yang didapat dari beberapa jemaah, masih ditemukan adanya perbedaan pengalaman dalam menerima pelayanan. Sebagian jemaah menyatakan puas terhadap kecepatan pelayanan dan ketepatan jadwal keberangkatan, namun ada pula yang menilai bahwa respons terhadap keluhan dan komunikasi dari pihak petugas belum sepenuhnya optimal. Bahkan, tidak ada penelitian akademik yang secara khusus mengukur tingkat kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan jemaah PT. Pancar Ni'mah Martapura. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya evaluasi ilmiah untuk mengetahui sejauh mana dimensi kualitas pelayanan telah diterapkan secara efektif dalam memenuhi harapan jemaah.

Berdasarkan hal tersebut, masalah terkait pelayanan umrah menjadikan topik yang menarik untuk diteliti, terutama terkait dengan

tingkat kepuasan jemaah mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah. Maka, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah PT. Pancar Ni’mah Martapura”**.

B. Rumusan Masalah

Maka berdasarkan yang telah dijelaskan sebelumnya, agar lebih terfokus dan sesuai dengan tujuan, penulis menyusun permasalahan dalam bentuk pertanyaan:

1. Apakah kualitas pelayanan PT. Pancar Ni’mah Martapura berpengaruh terhadap kepuasan jemaah umrah ?.
2. Seberapa besar kualitas pelayanan PT. Pancar Ni’mah Martapura terhadap kepuasan jemaah umrah ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengamati kualitas pelayanan PT. Pancar Ni’mah Martapura terhadap kepuasan jemaah umrah.
2. Untuk mengamati seberapa besar kualitas pelayanan PT. Pancar Ni’mah Martapura terhadap kepuasan jemaah umrah.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis bisa dilihat sebagai jawaban sementara untuk masalah yang telah diuraikan dalam sebuah penelitian, yang kemudian perlu diuji

kebenarannya melalui data empiris yang diperoleh dari hasil penelitian.⁸ Hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah.

E. Signifikansi Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi yang berguna, baik dalam aspek teori maupun praktik.

1. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini memberikan pengaruh yang baik dalam meningkatkan kualitas pelayanan guna menunjang kepuasan calon jemaah umrah, sehingga mereka memperoleh pemahaman serta pengetahuan yang diperlukan dalam menjalankan ibadah umrah.

2. Secara Praktik

a. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadikan referensi yang berguna dalam menambah pengetahuan dan memperluas wawasan mengenai dunia bisnis biro perjalanan haji dan umrah.

b. Bagi PT. Pancar Ni'mah Martapura

⁸ Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 13.

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan saran dan rekomendasi berguna, yang dapat dipertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan jemaah.

c. Bagi Kalangan Akademik

Temuan penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat yang berarti dengan memperkaya wawasan, serta menambah informasi dan pengetahuan, baik bagi mahasiswa maupun pihak lainnya.

F. Definisi Operasional

Mencegah terjadinya kesalahpahaman serta perbedaan pemahaman dalam penulisan yang berkaitan pada judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan jemaah umrah PT. Pancar Ni’mah Martapura” maka, perlu dijelaskan tentang definisi operasional yang dipakai, yaitu:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini didefinisikan secara operasional sebagai tingkat persepsi jemaah umrah terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Pancar Ni’mah Martapura, yang dapat diukur dan diamati melalui lima dimensi kualitas pelayanan berdasarkan model *SERVQUAL*, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan

(*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kualitas pelayanan tersebut diukur menggunakan instrumen kuesioner dengan skala likert lima tingkat yaitu:

Sangat Tidak Puas	: 1 (0 - 20%)
Tidak Puas	: 2 (21 - 40%)
Netral	: 3 (41 - 60%)
Puas	: 4 (61 - 80%)
Sangat Puas	: 5 (81 - 100%)

yang disusun berdasarkan indikator - indikator pada masing - masing dimensi kualitas pelayanan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1995), penilaian terhadap kualitas pelayanan dilakukan dengan membandingkan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang mereka terima. Apabila pelanggan atau jemaah merasakan pelayanan yang diberikan memenuhi harapan mereka, maka mereka akan memberikan penilaian positif pada kualitas pelayanan itu.⁹ Namun, jika pelayanan yang diterima melebihi harapan jemaah, maka kualitas pelayanan dianggap sangat memuaskan. Sebaliknya, ketika pelayanan yang diterima tidak memenuhi harapan, kualitas layanan dinilai kurang memuaskan.¹⁰

Valarie A. Zeithaml juga menyatakan ada lima dimensi utama dari kualitas pelayanan, yaitu: 1. Bukti Fisik (*Tangibles*) yang

⁹ D.N dan D.C, *Basic econometrics*.

¹⁰ U Sekaran dan R, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, 2.

menggambarkan bagaimana perusahaan dapat memperlihatkan eksistensinya kepada orang - orang di luar. 2. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan janji yang telah dibuat. Hal ini dilakukan dengan cara tepat, akurat dan bisa dipercaya. 3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah kemampuan untuk memberikan bantuan kepada pelanggan dan menawarkan layanan dengan cepat dan akurat. Salah satu indikatornya adalah memberikan informasi yang jelas. 4. Jaminan (*Assurance*) pemahaman mengenai etika, dan kemampuan semua karyawan dalam membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. 5. Empati (*Empathy*) adalah perhatian yang tulus dan personal yang diberikan kepada pelanggan, dengan cara memahami apa yang mereka butuhkan dan inginkan.¹¹

2. Kepuasan Jemaah

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, setiap perusahaan harus bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan. Jika jemaah merasa tidak puas, mereka cenderung meninggalkan perusahaan dan beralih ke penyelenggara lain yang dapat memberikan pelayanan lebih baik. Kondisi ini juga berlaku bagi biro penyelenggara ibadah umrah yang termasuk dalam kategori perusahaan jasa, di mana mereka memiliki misi khusus sebagaimana layaknya penyedia jasa

¹¹ *Pemasaran Jasa: Mengintegrasikan Fokus Pelanggan di Seluruh Perusahaan*, 122.

lainnya. Oleh karena itu, biro perjalanan ibadah umrah harus senantiasa memperhatikan tingkat kepuasan jemaahnya.

Menurut Kotler, bahwa kepuasan dari jemaah berhubungan dengan sejauh mana seseorang merasa setelah mereka membandingkan hasil yang telah diperoleh dengan harapan yang ada. Kepuasan jemaah dalam penelitian ini secara operasional sebagai tingkat perasaan puas atau tidak puas yang dirasakan oleh jemaah umrah setelah membandingkan antara harapan dengan pelayanan yang diterima dari PT. Pancar Ni'mah Martapura. Sementara itu, Oliver mengemukakan bahwa kepuasan dapat dilihat sebagai sesuatu yang dicari oleh individu, yaitu sebuah tujuan yang ingin dicapai dengan menggunakan produk maupun layanan.¹² Dalam penelitian ini, kepuasan jemaah umrah diposisikan sebagai tujuan utama yang ingin dicapai melalui mutu layanan dari agen perjalanan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan oleh jemaah, semakin besar pula tingkat kepuasan yang mereka alami.

Kepuasan jemaah dapat dianggap sebagai strategi baik defensif maupun memperluas pasar (ofensif). Dari sisi defensif, kepuasan berperan untuk menjaga pelanggan agar tidak pindah ke kompetitor, karena mereka akan tetap setia jika merasa puas.

¹² Oliver, *Kepuasan Perspektif Perilaku Konsumen*, 5.

Sementara itu, sebagai strategi ofensif, kepuasan pelanggan dapat mendorong mereka untuk menyebarkan rekomendasi positif kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat menarik pelanggan baru.¹³

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesamaan serta perbedaan dengan penelitian sebelumnya, diantaranya:

1. Penelitian dari Miftahul Ulum dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Paket Ibadah Umrah Reguler Terhadap Tingkat Kepuasan Jemaah PT. Alia Indah Wisata” bertujuan untuk menilai bagaimana kualitas layanan umrah terhadap tingkat kepuasan jemaah PT. Alia Indah Wisata. Penelitian ini melibatkan 54 responden sebagai sampel. Analisis data serta pengujian hipotesis diuji dengan menggunakan metode regresi linear berganda yang dibantu oleh perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 22.0 Windows. Hasil analisis simultan menunjukkan nilai F sebesar 140,193 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari pada 0,05. Ini menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu kualitas layanan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu tingkat kepuasan jemaah.

¹³ Irawan, *Indonesian customer satisfaction*, 107.

Sementara itu, hasil dari uji parsial (uji T), menunjukkan variabel Berwujud, Jaminan, dan Daya Tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan jemaah, sementara itu, dimensi Keandalan dan Empati tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Perbedaan yang ada pada penelitian ini terletak pada tempat, dan umrah reguler.¹⁴ Sedangkan penulis meneliti Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah PT. Pancar Ni'mah Martapura.

2. Penelitian dari Fadilah yang judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah PT. Adzikra Jakarta Selatan”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel jenuh, dimana seluruh populasi dijadikan sebagai sampel untuk penelitian. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah PT. Adzikra Jakarta Selatan, menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan. Korelasi antara variabel X (kepuasan jemaah) dan variabel Y (kualitas pelayanan) menunjukkan angka 0,963 atau 96,3%. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, ini termasuk pada kategori yang sangat kuat. Hasil ini mengindikasikan bahwa

¹⁴ Sholihin, “Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Jemaah Umrah di PT. Sahid Gema Wisata.”

pelayanan yang diberikan PT. Adzikra sangat baik, sehingga jemaah merasa nyaman dan puas.¹⁵

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, karena membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Jemaah Umrah. Namun, perbedaannya terletak pada pendekatan yang digunakan. Penelitian ini memakai metode analisi deskriptif, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti menggunakan metode kuantitatif.

3. Penelitian dari Ahmad Sholihin yang berjudul “Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Jemaah Umrah PT. Sahid Gema Wisata”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner tersebut diberikan kepada 83 jemaah umrah Sahid *Tour* yang berangkat pada tahun 2019, yang dipilih secara acak menggunakan teknik *random sampling*.

Penelitian ini memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yaitu membahas Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah dan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan perbedaan yang ada pada penelitian ini fokus pada 3 objek sedangkan penelitian yang akan

¹⁵ Fadilah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah PT. Adzikra Jakarta Selatan.”

dilaksanakan oleh peneliti 2 objek saja dan tempat penelitian berbeda.

4. Penelitian dari Abi Ahmad Noval dengan judul “Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Travel Arminareka Haji dan Umrah Sampit”. Penelitian ini menggunakan metode survei bertujuan untuk memperoleh data dari kondisi lingkungan alami tanpa rekayasa, meskipun peneliti tetap melakukan intervensi dalam proses pengumpulan data, seperti melalui penyebaran kuesioner, pustaka, terstruktur, dan teknik serupa. Berdasarkan hasil uji secara bersamaan (uji F), didapatkan nilai signifikansi yaitu 0,014. Karena angka tersebut menunjukkan $\text{Sig. } 0,014 < 0,05$, maka hipotesis dinyatakan diterima, yang artinya ketiga variabel independen yaitu Karyawan, Harga, dan Bukti Fisik memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap Kepuasan Konsumen. Selain itu, pengaruh signifikan variabel ketiga dapat dilihat dari nilai f hitung mencapai 3,743 yang melebihi dari f tabel sebesar 2,70. Maka, bisa disimpulkan bahwa karyawan, harga, dan bukti fisik secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan, mengkaji tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. Namun, perbedaannya adalah penelitian ini memfokuskan pada 4 objek, sementara penelitian yang akan dilakukan peneliti hanya melibatkan 2 objek.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Fajar Dyiah Dwi Yuliastuti berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Haji (Studi Kasus KBIH Mandiri Tahun 2016-2019)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis data melalui uji regresi linier sederhana.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan para jemaah haji. Ini dibuktikan melalui analisis regresi linier sederhana yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari ($< 0,05$), serta nilai t hitung sebesar (10,165) yang melebihi t - tabel sebesar (1,99). Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan jemaah haji di KBIH Mandiri.¹⁶ Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada lokasi, dan jenis Haji, sedangkan penulis fokus pada “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah PT. Pancar Ni’mah Martapura”.

H. Sistematika Penulisan

Sistem penulisan dalam penelitian ini dibagi lima bab, yang dijelaskan sebagai berikut:

¹⁶ Yuliastuti Dwi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Haji (Studi Kasus KBIH Mandiri Tahun 2016-2019).”

- BAB I : Pendahuluan, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Hipotesis Penelitian, Signifikansi/ Penelitian, Definisi Operasional, Penelitian Terdahulu, Sistematika Penulisan.
- BAB II : Kajian Teori dan Kerangka Pikir.
- BAB III : Metode Penelitian terdiri dari: Desain Penelitian, Populasi dan Sampel Penelitian, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, Uji Coba Alat Ukur, Teknis Analisis Data.
- BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan.
- BAB V : Penutup, Simpulan, dan Saran.