

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang berdasarkan kepada firman Allah swt yang termaktub dalam Alquran dan Sunnah Rasulullah saw. Umat Islam memandang bahwa Alquran dan Sunnah tidak saja mengatur berbagai permasalahan agama, tetapi juga menjadi pandangan hidup mereka. Oleh karena itu, setiap muslim berkewajiban untuk bertingkah laku dalam seluruh aspek kehidupannya sesuai dengan ketentuan Alquran dan Sunnah, sehingga segala perilakunya tidak menyimpang dari ajaran Islam.¹

Manusia sebagai makhluk individu tidak dapat hidup sendiri dan tidak terlepas dari adanya saling keterkaitan dan membutuhkan satu sama lainnya, karena manusia merupakan makhluk sosial yang tidak mungkin dapat bertahan seorang diri. Untuk itu manusia sebagai makhluk hidup saling berhubungan dengan lingkungan masyarakat dan bekerja sama dengan orang lain dalam rangka pemenuhan yang beranekaragam.²

¹A. Rahman I Doi, *Syariah III Muamalah*, terj. Zaini dan Rusdi Sulaiman (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 5.

²Suhrawardi. K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafindo, 2000), hlm. 3.

Islam datang dengan mengatur hubungan di antara sesama makhluk, sebagian mereka bersama sebagian yang lain, seperti jual beli, nikah, warisan, had dan yang lainnya agar manusia hidup bersaudara di dalam rasa damai, adil dan kasih sayang.³

Manusia dalam memenuhi kehidupannya tidak dapat lepas dari kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi yang dimaksud di sini adalah produksi, distribusi, dan konsumsi. Dalam perkembangannya kegiatan ekonomi bertujuan untuk mencari keuntungan sehingga tidak dapat dipisahkan dari kegiatan bisnis. Dalam beberapa literatur pun bisnis ini didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang prinsipnya bertujuan mendapatkan keuntungan sebagai hasil akhir.⁴

Dalam dunia bisnis tak terlepas oleh pelaku bisnis yaitu produsen dan konsumen, produsen dan konsumen memiliki peran masing-masing dalam melakukan kegiatan bisnis. Dalam menjalankan peran tersebut mereka juga melakukan hubungan sehingga terwujud suatu kerjasama yang baik dalam kegiatan bisnis.

Memahami perilaku konsumen bagi para produsen sangatlah penting sekali, karena dari situlah para produsen akan mengetahui bagaimana proses yang terjadi dalam benak konsumen dalam melakukan pencairan, pembelian, penggunaan, pengevaluasian dan penentuan produk atau jasa yang mereka harapkan. Produsen harus mengetahui dan memahami pembelinya bagaimana mereka membeli mengapa mereka membeli, dimana mereka membeli dan kapan mereka membeli.

³Mahmud Yunus, *Tafsir Quran Karim* (Jakarta: PT.Hidakarya Agung, 1990), hlm. 282

⁴Umar Husein, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 3.

Dalam pengambilan keputusan konsumen menggunakan proses pengambilan keputusan yang sangat bervariasi, sering mempertimbangkan yang berkaitan dengan jenis pembelian atau jual beli. Jenis pengambilan keputusan yang diambil berbeda-beda tergantung keterlibatan dalam produk yang diinginkan.

Lebih jauh Mill berpendapat bahwa setiap orang di dalam masyarakat harus bebas untuk mengejar kepentingannya dengan cara yang dipilihnya sendiri, namun kebebasan seseorang untuk bertindak itu dibatasi oleh orang lain, artinya kebebasan untuk bertindak itu tidak boleh mendatangkan kerugian bagi orang lain.⁵

Seperti yang telah disinggung di atas, kegiatan ekonomi dapat dikelompokkan menjadi beberapa kegiatan, yaitu kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh konsumen, kegiatan produksi, dilakukan oleh produsen dan kegiatan pengaturan (produksi dan konsumsi) yang dilakukan oleh pemerintah, sebagai penyelenggara negara. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pelaku ekonomi dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu konsumen, produsen dan pemerintah.⁶

Dalam Islam, pemerintah memainkan peran yang sangat penting dalam ekonomi, yaitu untuk memastikan bahwa kegiatan ekonomi berjalan secara benar tanpa kezaliman. Pemerintah memiliki hak ikut campur dalam kegiatan ekonomi yang dilakukan individu-individu, baik untuk mengawasi kegiatan ini maupun

⁵Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 57.

⁶Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008), hlm. 26.

untuk mengatur atau melaksanakan beberapa macam kegiatan ekonomi yang tidak mampu dilaksanakan oleh individu-individu.⁷

Sebagaimana yang termaktub dalam Alquran bahwa kita wajib mentaati peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah muslim selama itu tidak mengandung perkara-perkara yang tidak disukai oleh Allah swt sebagaimana dalam QS. an-Nisa/4: 59.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

“Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, Maka kembalikanlah ia kepada Allah (Alquran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.⁸

Nash di atas menunjukkan bahwa pemerintah berhak campur tangan dalam kegiatan ekonomi yang dilaksanakan oleh individu atau kolektif. Hal itu untuk menjaga masyarakat Islam dan menegakkan keseimbangan dalam masyarakat. Nash itu juga mewajibkan atas semua umat Islam untuk taat kepada pemerintah mereka.⁹

Pemerintah sebagai penyelenggara negara bertugas melayani kebutuhan dan melindungi kepentingan konsumen (publik) dengan membuat kebijakan-kebijakan

⁷Idri dan Titik Triwulan Tutik, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2008), hlm. 39.

⁸Depertemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemah* (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, 2012), hlm.88.

⁹Idri dan Titik Triwulan Tutik, *op.cit.*, hlm. 40.

untuk melindungi masyarakat atau konsumen agar merasa nyaman dan aman, seperti yang baru saja terjadi pada awal tahun 2016 pemerintah mengeluarkan suatu kebijakan baru tentang belanja tanpa kantong plastik di sebagian pasar-pasar modern di beberapa kota, kebijakan baru tersebut diharapkan dapat mengurangi pembuangan sampah plastik agar tercipta lingkungan yang bersih.

Kebijakan tersebut dikeluarkan karena Indonesia dianggap sebagai penyumbang sampah plastik ke laut terbesar nomor 2 setelah China, sehingga pemerintah bermaksud membatasi atau mengurangi penggunaan kantong plastik semaksimal mungkin, bermula dari adanya penerapan kantong plastik berbayar di sejumlah kota di Indonesia yang menerapkan program plastik belanja berbayar.

Kebijakan itu dilaksanakan berdasarkan Surat Edaran Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (LHK) Nomor S.1230/PSLB3-PS/2016 tentang Harga dan Mekanisme Penerapan Kantong Plastik Berbayar. di dalam aturan itu, disepakati kantong plastik berbayar Rp 200 sudah termasuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Setelah lebih dari seminggu aturan itu diujicobakan, perilaku masyarakat belum berubah. di sejumlah kota yang diamati, masyarakat cenderung untuk membeli kantong plastik yang disediakan dibandingkan membawa kantong belanja sendiri. Padahal, surat edaran Menteri LHK itu dimaksudkan untuk membatasi penggunaan plastik yang dianggap merusak lingkungan.¹⁰

Salah satu yang menjadi penyebab masyarakat enggan beralih dari kantong plastik adalah harganya yang murah. dengan harga hanya Rp 200 itu, pembeli lebih

¹⁰Letezia Tobing, *Haruskah Membayar Kantong Plastik di Supermarket* (Indonesia: Hukum Online, 2016), hlm. 1. <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/haruskah-membayar-kantong-plastik-di-supermarket>, diakses pada hari Senin, 22 Agustus 2016, Pukul 09:12 Wita.

memilih tetap membeli kantong plastik dibandingkan membawa dari tempat sendiri, sampai akhirnya pemerintah mengeluarkan kebijakan baru tentang tidak menyediakan sama sekali kantong plastik baik secara gratis maupun menjual kantong plastik kepada konsumen di pasar-pasar modern.

Kebijakan tentang berbelanja tanpa disediakan kantong plastik ini sudah diterapkan di beberapa pasar-pasar modern, salah satunya di pasar modern Hypermart Duta Mall di kota Banjarmasin.

Peraturan Walikota Banjarmasin Nomor 18 Tahun 2016, terhitung tanggal 01 Juni 2016 Seluruh Ritel (Toko modern/minimarket) dilarang untuk menyediakan kantong plastik. Hypermart Duta Mall adalah salah satu pasar modern yang ada di Banjarmasin yang menerapkan kebijakan berbelanja tanpa memberikan kantong plastik kepada konsumen. Konsumen yang ingin berbelanja di pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin diminta untuk membawa tas atau apapun untuk membawa belanjannya. Kebijakan ini belum sepenuhnya mendapat respon positif dari konsumen (masyarakat). dengan adanya kebijakan ini menuai berbagai macam respon dari konsumen (masyarakat) yang berbelanja di pasar moden Hypermart Duta Mall Banjarmasin, ada pro dan juga kontra dalam respon konsumen tersebut.

Dilihat dari fungsi dan kegunaannya tidak bisa dipungkiri memang kantong plastik sangat diperlukan untuk memasukkan barang-barang yang dibeli agar mudah dibawa oleh konsumen dan menjadi kebiasaan apabila berbelanja kurang pas tanpa menggunakan kantong plastik, karena itulah belanja tanpa menggunakan kantong plastik adalah hal yang dianggap tidak biasa dan merepotkan.

Kebijakan belanja tanpa kantong plastik ini membuat konsumen merasa direpotkan, karena diminta membawa sendiri tas atau apapun untuk membawa belanjaan-belanjaan mereka dan tak jarang ada konsumen yang lupa membawa tas atau apapun untuk membawa belanjanya, ada pula konsumen yang berbelanja secara dadakan otomatis hal ini dapat membuat repot konsumen dalam membawa pulang belanjaan-belanjaan mereka dan bisa saja konsumen memilih untuk mengurungkan niat atau menunda keinginannya untuk berbelanja karena ketidaktersedianya kantong plastik untuk membawa belanjaan mereka.

Sikap atau respon dari konsumen yang memilih menunda berbelanja gara-gara lupa membawa tas sendiri ini mungkin saja akibat adanya pengaruh antara keinginan berbelanja konsumen dengan tersedianya kantong plastik, konsumen mengurungkan niatnya untuk berbelanja karena tidak tersedianya kantong plastik dan konsumen tidak membawa tas untuk membawa belanjaan mereka, hal ini dapat berdampak pada pasar-pasar modern yang menerapkan kebijakan berbelanja tanpa disediakan kantong plastik seperti di pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin bisa saja berdampak pada berkurangnya jumlah konsumen.

Berhubungan sudah diterapkannya kebijakan tersebut di pasar-pasar modern kota Banjarmasin seperti di pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin membuat penulis merasa tertarik untuk mengetahui secara lebih mendalam tentang bagaimana tanggapan atau respon-respon konsumen terhadap ketidaktersedianya kantong plastik untuk membawa belanjaan-belanjaan mereka atau belanja tanpa kantong plastik dalam bentuk penelitian, hasil penelitian ini akan dilaporkan dalam

bentuk skripsi. Yang berjudul “Analisis Respon Konsumen Terhadap Kebijakan Berbelanja Tanpa Menyediakan Kantong Plastik di Pasar Modern Banjarmasin”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana respon konsumen terhadap kebijakan berbelanja tanpa menyediakan kantong plastik di pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap kebijakan berbelanja tanpa menyediakan kantong plastik di pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin tersebut?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana respon konsumen terhadap kebijakan berbelanja tanpa menyediakan kantong plastik di pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin.
2. Mengetahui bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap kebijakan berbelanja tanpa menyediakan kantong plastik di pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin tersebut.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna:

1. Bagi penulis, penelitian ini berguna sebagai bahan masukan dan informasi untuk menambah ilmu pengetahuan tentang bagaimana respon konsumen

terhadap kebijakan berbelanja tanpa menyediakan kantong plastik di pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin.

2. Sebagai sumbangan pemikiran bagi semua kalangan yang memerlukan informasi tentang respon konsumen terhadap kebijakan berbelanja tanpa menyediakan kantong plastik di pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin. Serta menjadi sumbangan dalam rangka memperkaya khazanah perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya dan perpustakaan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pada khususnya.
3. Sebagai bahan informasi dan masukan bagi mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin khususnya dan seluruh masyarakat pada umumnya.
4. Untuk memenuhi tugas dan melengkapi persyaratan kuliah guna memperoleh gelar Sarjana S1 Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Dalam rangka menghindari pemahaman ganda tentang judul penelitian ini maka penulis perlu mengemukakan definisi operasional sebagai berikut:

1. Respon/respons: tanggapan; reaksi; jawaban.¹¹ respon adalah istilah yang digunakan oleh psikologi untuk menamakan reaksi terhadap rangsang yang diterima oleh panca indera. Respon yang dimaksud di sini adalah tanggapan

¹¹Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), hlm. 746.

konsumen yang berbelanja di pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin tentang berbelanja tanpa disediakan kantong plastik.

2. Konsumen: pemakai barang-barang hasil industri (bahan pakaian, makanan dsb).¹² Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹³ Konsumen yang dimaksud di sini adalah konsumen yang berbelanja di pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin.
3. Kebijakan: kepandaian; kemahiran; kebijaksanaan, rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan dan cara bertindak (pemerintah, organisasi dsb), pernyataan cita-cita, tujuan, prinsip atau maksud sebagai garis pedoman untuk manajemen dalam usaha mencapai sasaran, garis haluan.¹⁴ Kebijakan yang dimaksud di sini adalah kebijakan pemerintah tentang pembatasan penggunaan kantong plastik untuk mengurangi sampah plastik, kebijakan ini diterapkan di pasar-pasar modern salah satunya Hypermart Duta Mall Banjarmasin.
4. Pasar: tempat orang berjual beli, Pasar Modern adalah toko makanan, barang keperluan rumah tangga dsb dengan sistem pelayanan sendiri.¹⁵

¹²*Ibid.*, hlm. 458.

¹³Republik Indonesia, “Undang-undang R.I Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen”, hlm. 2.

¹⁴Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), hlm 115.

¹⁵*Ibid.*, hlm. 651.

Sedangkan Pasar Tradisional terdiri atas banyak penjual, terjadi tawar-menawar, pembayaran langsung kepada penjual, penjual melayani langsung pembeli.¹⁶ Pasar modern yang dimaksud disini adalah pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin yang menerapkan kebijakan pemerintah tentang berbelanja tanpa menyediakan kantong plastik.

5. Kantong plastik: sebuah pembungkus yang terbuat dari plastik, dan fungsinya untuk membuat barang sehingga memudahkan orang untuk membawanya.

F. Kajian Pustaka

Sejauh pengamatan penulis, memang telah ada beberapa pengkaji yang telah berusaha melakukan kajian tentang analisis respon konsumen atau tempat penelitian yang sama dengan penulis. Namun, masih belum ada yang mengangkat tentang bagaimana respon konsumen terhadap kebijakan berbelanja tanpa menyediakan kantong plastik di pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin.

Penelitian yang dimaksud adalah penelitian yang dilakukan oleh:

1. Afif Iqbal Fahriza (060810291082) yang berjudul *Analisis Respon Konsumen Terhadap Iklan Rokok A-Mild dengan Logo A Sebagai Icon di Televisi (Studi Kasus di Kota Jember)*. Penelitian ini dirancang dengan menggunakan *deskriptif* yang merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada. Hasil dari penelitian ini adalah dengan munculnya iklan rokok A-Mild di

¹⁶Suwanto, *et al.* eds. *Seri Pembelajaran Tematik* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2010), hlm. 104.

televisi sangat berpengaruh bagi masyarakat. Masyarakat dapat menerima dengan baik terhadap iklan tersebut, sehingga akan berdampak baik untuk promo penjualan rokok A-Mild bagi perusahaan.

2. Marnah (1001150144) yang berjudul *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen untuk Berbelanja di Hypermart Duta Mall Banjarmasin*. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *kuantitatif*, variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi. Penelitian ini menjelaskan alasan konsumen untuk berbelanja di Hypermart Duta Mall Banjarmasin. Secara simultan faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja di Hypermart Duta Mall Banjarmasin, secara parsial faktor sosial, pribadi dan psikologi yang menjadi variabel paling dominan memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja di Hypermart Duta Mall Banjarmasin.
3. Putri Sarida Dewi (022214144) yang berjudul *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Kebijakan Pemberian Kredit Bank Syariah*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *kuesioner* dan wawancara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik *respondens* Bank Syariah Yogyakarta dan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut pembiayaan Bank Rakyat Indonesia Syariah. Hasil dari penelitian ini adalah karakteristik responden: berbagai jenis kelamin laki-laki, usia antara 31-40 tahun, pendidikan terakhir SLTA, pegawai swasta, pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000 perbulan, lama

mengambil kredit adalah 2 tahun dan sikap responden terhadap kebijakan kredit BRI Syariah sangat baik.

4. Holymahbub Andrian (1101150149) yang berjudul *Preferensi Konsumen Terhadap Mie Ayam Mulawarman di Kota Banjarmasin*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor apa yang menjadikan preferensi konsumen terhadap Mie Ayam Mulawarman dan bagaimana produsen dapat menjaga eksistensi Mie Ayam Mulawarman. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 30 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat macam jawaban yang sama dari sampel yang di ambil dalam penelitian. Simpulan yang di dapatkan dari analisis yaitu karena cita rasa Mie Ayam Mulawarman dan memiliki berbagai macam produk yaitu Mie Ayam Telor, Mie Ayam Pentol dan Mie Ayam Ceker yang membuat beda dari Mie Ayam lainnya. Dan prodesen dalam menjaga eksistensi Mie Ayam Mulawarman belum semuanya sesuai dengan apa yang seharusnya di lakukan produsen (pemasar) dengan berdasarkan teori-teori ekonomi Islam.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan, skripsi ini disusun dalam V (lima) bab yang disusun secara sistematis dengan susunan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, bagian ini mengarahkan permasalahan terkait penelitian ini tentang *Analisis Respon Konsumen Terhadap Kebijakan Berbelanja Tanpa*

Menyediakan Kantong Plastik di Pasar Modern, yang dimaksud dengan pasar modern disini yaitu pasar modern Hypermart Duta Mall Banjarmasin. Kemudian akan dirumuskan dalam bentuk latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, bagian ini membahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan, antara lain tentang teori perilaku konsumen dan teori kebijakan publik yang akan dijadikan penulis sebagai tolak ukur dari penyajian data yang ditemukan dalam penelitian dan pedoman penganalisisan data.

Bab III Metode Penelitian, bagian ini merupakan metode yang digunakan untuk menggali data yang diperlukan, dalam bab ini memuat jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data serta tahapan-tahapan penelitian, hal ini dibuat agar penelitian ini sistematis sesuai dengan prosedur penelitian.

Bab IV Laporan Hasil Penelitian, bagian ini menguraikan dengan jelas data hasil dari penelitian lapangan yang dilakukan oleh penulis mengenai permasalahan yang diambil, mencangkup gambaran umum penyaji data, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup, bagian ini berisi simpulan sebagai jawaban terhadap rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam Bab I Pendahuluan, simpulan ini bukan merupakan ringkasan dari uraian sebelumnya tetapi sebagai hasil pemecahan terhadap apa yang dipermasalahkan dalam skripsi. Selanjutnya akan dikemukakan

beberapa saran yang dirasa perlu dan hendaknya saran yang diajukan bersumber pada temuan penelitian, pembahasan dan simpulan hasil penelitian.