

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PT. SALFANY
SAFANUSA DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK
JEMAAH UMRAH KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

**OLEH:
ROSSY EMANIARTI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2023 M/1444 H**

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PT. SALFANY
SAFANUSA DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK
JEMAAH UMRAH KOTA BANJARMASIN**

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen Dakwah

Oleh
Rossy Emaniarti
180104030061



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
BANJARMASIN
2023 M/1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rossy Emaniarti
NIM : 180104030061
Tempat/TanggalLahir : Tamiang Layang 11 November 1999
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas/Program : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Travel Dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Jamaah Umrah Pada PT. Salfany Safanusa Kota Banjarmasin” adalah benar-benar karya penulis, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 12 Juni 2023
Yang membuat pernyataan,



METERAI
TEMPEL
10000
44B1CAJX6952306

Rossy Emaniarti



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jalan A. Yani KM. 4,5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 3253939
website: www.fdik.uin-antasari.ac.id email: fdik@uin-antasari.ac.id instagram: [fdikuinantasari](https://www.instagram.com/fdikuinantasari)

SURAT KETERANGAN LULUS CEK PLAGIASI
Nomor : B-704/Un.14/III.4/PP.00.9/06/2023

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi menerangkan bahwa skripsi mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama : Rossy Emaniarti
NIM : 180104030061
Program : S-1
Program Studi : Manajemen Dakwah (MD)

Judul Skripsi:

STRATEGI BAURAN PEMASARAN TRAVEL DENGAN MENINGKATKAN DAYA
TARIK CALON JAMAAH UMRAH PADA PT.SALFANY SAFANUSA KOTA
BANJARMASIN

Hasil Uji Plagiasi : 17%

Berdasarkan hasil hasil cek plagiasi dengan menggunakan www.turnitin.com bahwa naskah skripsi ini dinyatakan lulus dan memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 16 Juni 2023

A.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan

Taufiqurrahman

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Strategi Bauran Pemasaran Travel Dalam
Meningkatkan Daya Tarik Calon Jamaah Umrah Pada
PT. Salfany Safanusa Kota Banjarmasin

Ditulis oleh : Rossy Emaniarti

NIM : 180104030061

Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

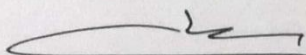
Tahun Akademik : 2023

Setelah di teliti dan diadakan perbaikan, kami dapat menyetujui untuk
dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu
Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin.

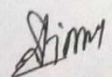
Banjarmasin, juni 2023

Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. H. Ahmad Gazali, M.Hum
NIP. 195811051988031001



Sri Anafarhanah, SEI, MSI
NIP. 198909112015032005

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Sri Anafarhanah, SEI, MSI
NIP. 198909112015032005

PENGESAHAN


Skripsi yang berjudul "Strategi Bauran Pemasaran Travel Dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Jamaah Umrah Pada PT. Salfany Safanusa Kota Banjarmasin" ditulis oleh Rosy Emaniarti telah diujikan dalam sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin pada :

Hari : Senin

Tanggal : 10 Juli 2023

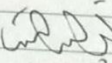

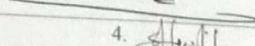

Dan dinyatakan LULUS dengan predikat: A (87)

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Antasari Banjarmasin



Dr. N.M. Abduh, MA
NIP. 196305021992031005

TIM PENGUJI

NAMA	TANDA TANGAN
1. Dr. Taufiqurrahman, S.Ag., M.Ed.	1. 
2. Sri Anafarhanah, SEI., MSI	2. 
3. Drs. H. Ahmad Gazali, M.Hum	3. 
4. Hj. Jumi Herlita, M.Sc.	4. 

ABSTRAK

Rosy Emaniarti: 180104030061. *Strategi Bauran Pemasaran PT. Salfany Safanusa Dalam Meningkatkan Daya Tarik Jemaah Umrah Kota Banjarmasin.* Pembimbing: (I) Drs. H. Ahmad Gazali, M.Hum dan (II) Sri Anafarhanah, SEI., MSI, pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. 2023.

Kata Kunci: Strategi, Bauran Pemasaran, Umrah, Daya Tarik.

Saat ini khususnya di Banjarmasin sudah ada sebanyak 27 jasa travel haji serta umrah yang berdiri dan bertujuan untuk memudahkan masyarakat melaksanakan ibadah, akan tetapi banyaknya jasa travel yang berdiri, maka akan menyebabkan calon jemaah terbagi pada setiap travel pilihannya dan menyebabkan sebagian travel merasakan kurangnya peminat dari calon jemaah. Sehingga suatu travel harus menyusun suatu strategi pemasaran. Dalam hal ini tujuan dalam penelitian ini ialah agar mengetahui strategi bauran pemasaran PT. Salfany Safanusa dalam meningkatkan daya tarik jemaah umrah.

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini ialah Pimpinan PT. Salfany Safanusa Bapak H. Abu Hanifah, Divisi Operasional dan Layanan Tour yakni Bapak Dody Sulistomo, dan Thaufan Indrawan. Penelitian ini berlokasi di Jl. Cempaka Besar No.41 Kelurahan Mawar, Kecamatan Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun dalam analisis data menggunakan tiga macam analisis yakni reduksi data, model data dan verifikasi data.

Hasil penelitian ini adalah strategi bauran pemasaran yang dikembangkan travel seperti pengembangan produk, kegiatan promosi dan strategi penetapan harga. Strategi dalam meningkatkan daya tarik pada PT. Salfany Safanusa ada 7 macam yaitu, 1) Produk (Haji plus, Umrah reguler, Umrah plus, dan Wisata Islam), 2) Harga (penetapan harga dibagi untuk ekonomi menengah keatas), 3) Tempat (lokasi untuk mendistribusikan paket umrah letaknya sangat strategis), 4) Promosi (menawarkan kepada masyarakat melalui media sosial, brosur, iklan, *personal selling*, internet dan pameran), 5) Proses (Melakukan pelayanan terhadap calon jemaah dengan sepenuh hati), 6) Orang (melakukan optimalisasi sumber daya manusia untuk karyawan), 7) Tampilan Fisik (Memberikan keamanan dan kenyamanan pada jemaah saat ibadah). Dampak strategi bauran pemasaran yang muncul ialah mengalami jumlah calon jemaah yang tidak stabil.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang Segala puji bagi Allah SWT Tuhan seluruh alam, karena berkat rahmat, hidayah dan taufik-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul Strategi Bauran Pemasaran PT. Salfany Safanusa Dalam Meningkatkan Daya Tarik Jemaah Umrah kota Banjarmasin. Salawat dan salam semoga selalu tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabat serta pengikut beliau hingga akhir zaman.

Dalam penelitian skripsi ini peneliti menyadari bahwa semua tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan arahan serta motivasi dari semua pihak, sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih sebesar – besarnya kepada yang telah membantu baik dari segi pikiran, materi dan doa. Khususnya penulis ucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi –tingginya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Abduh Amrie, MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin
2. Ibu Sri Anafarhanah, SEI, MSI, selaku ketua jurusan Manajemen Dakwah sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dan memberi bimbingan, arahan serta koreksi dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.

3. Bapak Drs. H. Ahmad Gazali, M.Hum, selaku Dosen pembimbing I yang telah memberi bimbingan, arahan dan koreksi dalam metode penelitian dan penyusunan skripsi ini.
4. Semua Dosen dan Karyawan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama peneliti berstudi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi ini.
5. Kepala dan Staf perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan pelayanan yang baik terhadap penulis dalam meminjamkan buku – buku dan membantu memberikan buku yang diperlukan.
6. Bapak H. Abu Hanifah Rasyidi dan Bapak Dody Sulistomo yang bersedia menjadi narasumber
7. PT. Salfany Safanusa yang telah bersedia bekerjasama dan membantu dalam penelitian.
8. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan, memberi semangat, dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman–teman seperjuangan keluarga besar Manajemen Dakwah 2018 yang telah memberikan motivasi, dukungan serta pelajaran selama berkuliah di UIN Antasari Banjarmasin.
10. Teman – teman organisasi yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan kerendahan hati sekali lagi peneliti mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada seluruh

pihak yang telah banyak membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam segala hal demi suksesnya penelitian skripsi, atas segala doa, bantuan dan bimbingan tersebut penulis berdoa semoga Allah membalas kebaikan dengan segala pahala dan keberkahan dunia dan akhirat dan kebaikan yang berlipat ganda. *Aamiin Ya Rabbal,,Alamin.*

Banjarmasin, 20 juni 2023

Penulis

KATA PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah yang Maha pengasih lagi Maha penyayang, *Alhamdulillah Rabbil'Alamin*, segala puji bagi Allah yang telah memberikan kekuatan, nikmat dan karunia – Nya, atas izin – Nya juga akhirnya Rossy berhasil menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam tak lupa juga kepada Nabi besar Muhammad SAW, ku harap syafaat dipenghujung hari nanti.

Skripsi ini Rossy persembahkan kepada kedua orang tua (Suriadi dan Yuliatin) yang telah mendoakan, membantu tenaga maupun materi, dan Adik (Askiah), serta keluargaku di Buntok, yang senantiasa membantu mendoakan. Berkat kalian Rossy bisa menyelesaikan studi hingga sekarang ini.

Terimakasih kepada seluruh dosen pengajar Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah membimbing dan mengajarkan ilmu yang sangat bermanfaat.

Terimakasih buat teman – teman Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi , Manajemen Dakwah 2018 terutama lokal C dan konsentrasi Manajemen Haji dan Umrah yang senantiasa membantu dalam tugas kuliah, mengukir kenangan indah yang dilalui bersama.

Terimakasih juga untuk teman – teman organisasi Lembaga Pengajian dan Pengkajian Al-Quran, Lembaga Pengajian dan Pengkajian Islam dan Lembaga Dakwah Kampus Amal yang telah memberi pelajaran dan pengalaman yang tidak didapatkan di bangku kuliah. Rossy dapat mengakhiri perjalanan panjang ini.

Terimakasih juga kepada PT. Salfany Safanusa yang telah mengizinkan atas kerjasamanya hingga Rossy dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Terimakasih atas bantuan kalian semua semoga Allah membalas kebaikan kalian dunia dan akhirat. *Aamiin*

MOTO

**“SESUNGGUHNYA SESUDAH KESULITAN ITU ADA
KEMUDAHAN”**

PEDOMAN LITERASI ARAB-INDONESIA

Alih aksara yang digunakan pada panduan penulisan skripsi ini ialah panduan transliterasi arab-indonesia berasaskan Surat Keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1998.

1.	ا	:	A	16.	ط	:	Th
2.	ب	:	B	17.	ظ	:	Zh
3.	ت	:	T	18.	ع	:	‘
4.	ث	:	Ts	19.	غ	:	Gh
5.	ج	:	J	20.	ف	:	F
6.	ح	:	<u>Ha</u>	21.	ق	:	Q
7.	خ	:	Kh	22.	ك	:	K
8.	د	:	D	23.	ل	:	L
9.	ذ	:	Dz	24.	م	:	M
10.	ر	:	R	25.	ن	:	N
11.	ز	:	Z	26.	و	:	W
12.	س	:	S	27.	هـ	:	H
13.	ش	:	Sy	28.	ء	:	‘
14.	ص	:	Sh	29.	ي	:	Y
15.	ض	:	Dh				

1. Vokal

Vokal pada bahasa Arab, seperti onat bahasa Indonesia, terdiri dari onat tunggal atau monoftong dan onat rangkap atau diftong. Vokal tunggal mempunyai ketentuan alih aksara sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
ـَ	A	Fathah
ـِ	I	Kasrah
ـُ	U	Dhammah

Kata sandang: Contoh: (الرِّجَال) al-rijâl bukan ar-rijâl, (الدِّوَان) al-dîwân bukan ad-dîwân.

Syiddah: Misalnya, kata (الضَّرُورَة) tidak ditulis adh-dharûrah melainkan al- dharûrah, demikian seterusnya.

Vokal rangkap mempunyai ketentuan alih aksara sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
ـِـَ ي	Ai	a dan i
ـِـُ و	Au	a dan u

2. Vokal Panjang

Ketentuan alih aksara onat panjang (mad), yang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
بَا	Â	a dengan topi di atas
بِي	Î	i dengan topi di atas

بُو	Ū	u dengan topi di atas
-----	---	-----------------------

3. Kata Sandang

Kata sandang, yang dalam sistem aksara Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu dialihaksarakan menjadi huruf /l/, baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariah. Contoh: al-rijâl bukan ar-rijâl, al-dîwân bukan ad-dîwân.

4. Syiddah (*Tasydîd*)

Dalam transkripsi ini, shiddah atau tasydîd, yang dalam sistem penulisan Arab diwakili oleh tanda (َ), diwakili oleh huruf, yaitu dengan menggandakan huruf yang menyandang shiddah. Tetapi jika huruf bertanda shiddah ditempatkan setelah pakaian bertuliskan huruf Syamsiyah, maka aturan ini tidak berlaku. Misalnya, kata (الضَّرُّورَة) tidak ditulis adh-dharûrah melainkan al-dharûrah, demikian seterusnya.

5. Ta Marbûthah

Dalam hal transliterasi ini, huruf ta marbûthah ditransliterasikan menjadi huruf /h/ jika muncul dalam kata yang berdiri sendiri (lihat contoh 1 di bawah). Hal yang sama berlaku jika kata sifat (na't) digunakan setelah ta marbûthah (lihat contoh 2). Namun, jika kata benda (ism) mengikuti huruf ta marbûthah, huruf tersebut ditransliterasikan ke huruf /t/ (lihat contoh 3).

No	Kata Arab	Alih Akrasa
1	طَرِيقَة	Tharîqah
2	الْجَامِعَة الْإِسْلَامِيَّة	Al-Jâmî'ah al-Islâmiyyah
3	وَحْدَة الْوُجُود	Wahdah al-Wujûd

6. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf onator tidak dikenal, dalam alih aksara ini huruf onator tersebut juga digunakan, dengan mengikuti ketentuan yang berlaku dalam ejaan Bahasa Indonesia, antara lain untuk menuliskan permulaan kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri, dan lain-lain. Jika nama diri didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf onator tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya. Contoh: al-Ghazali bukan Al-Ghazali, al-Banjari bukan Al-Banjari.

Sebenarnya, beberapa pedoman lain dari Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI), seperti untuk huruf miring atau tebal, juga dapat digunakan dalam transliterasi ini. Jika judul buku dicetak miring sesuai dengan PUEBI, transliterasi juga akan dicetak miring, dan seterusnya.

Berkaitan dengan penulisan nama, untuk nama-nama tokoh yang berasal dari Nusantara sendiri, disarankan tidak dialihaksarakan meskipun akar katanya berasal dari bahasa Arab. Misalnya ditulis Abdussamad al-Palimbani, tidak ‘Abd al-Samad al-Palimbânî; Nuruddin al-Raniri, tidak Nûr al-Dîn al-Rânîrî.

7. Cara Penulisan Kata

Setiap kata, baik kata kerja (*fi‘l*), kata benda (*ism*), maupun huruf (*harf*) ditulis secara terpisah. Berikut adalah beberapa contoh alih aksara atas kalimatkalimat dalam Bahasa Arab.

Aksara Arab	Alih Akrasa
ذَهَبَ الْأَسْتَاذُ	dzahaba al-ustâdzu
تُبَّتِ الْأَجْرُ	tsabata al-ajru
الْحَرَكَةُ الْعَصْرِيَّةُ	al-ḥarakah al-‘ashriyyah
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ	asyhadu an lâ ilâha illa Allâh
مَوْلَانَا مَلِكُ الصَّالِحِ	mawlânâ Malik al-Shâlih
يُؤْتِرُكُمْ اللَّهُ	yu’tsirukum Allâh
الْمُظَاهِرُ الْعَقْلِيَّةُ	al-mazhâhir al-‘aqliyyah
حُبُّ الْإِسْطِطْلَاعِ	hub al-istithlâ’
الْمَادَّةُ الْمَصْنُوعَةُ مِنَ الْحَيَوَانَاتِ	al-mâddah al-mashnû’ah min al-hayawân
طَرْفُ الْعَيْنِ	tharf al-‘ayni
الْمُسَاهَمَةُ	al-musâhamah
مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا	man salaka tharîqan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
BEBAS PLAGIASI	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
KATA PERSEMBAHAN	x
MOTTO	xii
PEDOMAN LITERASI ARAB-INDONESIA	xiii
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Signifikan Penelitian	6
E. Definisi Operasional	6
F. Penelitian Terdahulu	7
G. Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	11
A. Strategi	11
1. Pengertian Strategi	11
2. Jenis-jenis Strategi	12
3. Tingkatan-tingkatan Strategi	13
4. Prinsip-prinsip untuk menyukseskan strategi	15
B. Pengertian Bauran Pemasaran	16

1.	Macam-Macam Bauran Pemasaran.....	18
2.	Unsur-unsur Pemasaran.....	30
3.	Nilai-Nilai Pemasaran.....	31
4.	Fungsi Pemasaran.....	32
5.	Kebutuhan dan Pemenuhannya	32
6.	Pemasaran Dalam Islam.....	33
C.	Daya Tarik.....	35
D.	Kerangka Pikir.....	36
BAB III	METODE PENELITIAN	37
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B.	Subjek dan Objek Penelitian	38
C.	Data dan Sumber Data.....	38
D.	Teknik Pengumpulan Data	39
E.	Analisis Data	41
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A.	Gambaran Umum PT. Salfany Safanusa	43
1.	Sejarah PT. Salfany Safanusa.....	43
2.	Visi dan Misi PT. Salfany Safanusa	45
3.	Struktur Organisasi PT. Salfany Safanusa	45
4.	Tugas dari Stuktur Organisasi	46
5.	Tugas Jabatan Fungsional PT. Salfany Safanusa	56
6.	Strategi Operasional	61
B.	Hasil Penelitian.....	62
1.	Bauran Pemasaran yang dikembangkan oleh PT. Salfany Safanusa Kota Banjarmasin.....	62
2.	Strategi bauran pemasaran pada PT. Salfany Safanusa dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Jamaah	64
3.	Dampak dari strategi bauran pemasaran pada travel terhadap jumlahcalon jamaah umrah.....	91
C.	Pembahasan	92
1.	Analisis Bauran Pemasaran yang Dikembangkan Oleh Travel	92
2.	Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Travel Dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Jamaah Umrah	94

3. Dampak dari hasil strategi bauran pemasaran pada travel terhadap jumlah calon jamaah umrah.....	101
BAB V PENUTUP.....	104
A. Simpulan.....	104
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	108
RIWAYAT HIDUP.....	118

DAFTAR LAMPIRAN

No		Halaman
1	Pedoman Wawancara	108
2	Dokumentasi.....	110
3	Surat Keterangan Pembimbing Skripsi	114
4	Surat Keterangan Seminar	115
5	Surat Keterangan Berita Acara	116
6	Surat Izin Riset	117