

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sebagai agama yang lengkap serta sempurna, Islam sudah memberi tuntunan perilaku berbisnis. Alquran serta hadits merupakan sumber pokok ajaran Islam yang memberikan petunjuk. Beragam prinsip yang digariskan didalam Alquran serta hadits berlaku bagi seluruh kegiatan muamalah serta praktik bisnis (Rustam, 2013: 1).

Perbankan syariah yakni perbankan yang berlandaskan prinsip syariah merupakan salah satu kegiatan muamalah modern. Pemenuhan terhadap standar syariah Islam ialah bab pokok yang mesti dilengkapi didalam bursa perbankan syariah. Perbankan syariah tidak boleh memuat gharar, maysir, riba, dzalim, riswah, atau objek terlarang lainnya dan harus berpegang pada ketentuan utama syariah Islam, yakni landasan keadilan serta keselarasan, kemaslahatan, serta universalitas. (Rustam, 2013, hlm. 3).

According to RI law Number 10 of 1998 *concerning banking referred to as a bank is "a business entity that collects funds from the public in the form of deposits and distributes to the public in the form of credit and or other forms in order to improve the lives of many people".*(Kasmir, 2013, hlm. 24)

Definisi tersebut bisa dimengerti yakni bank adalah suatu organisasi yang beroperasi di bagian keuangan. Berarti, kegiatan perbankan senantiasa melibatkan sektor finansial. Akibatnya, perbankan tidak dapat dipisahkan dari masalah keuangan.

Tim perbankan MUI bertanggung jawab atas pendirian bank syariah paling awal di Indonesia, PT Bank Muallamat Indonesia (BMI) akta pembangunannya disahkan di tanggal 1 November 1991. Kemunculan bank syariah di Indonesia sangat menggembirakan mengingat perkembangan selanjutnya. Kini cukup banyaknya bank syariah yang beroperasi di sektor publik ataupun swasta, selain BMI. Unit Usaha Syariah (UUS) ataupun Layanan Syariah (LS) juga dibuat oleh bank konvensional.

Bank Kalsel merupakan sebagian bank yang mempunyai Unit Usaha Syariah (UUS). Bank Kalsel Syariah adalah nama umum lainnya untuk unit usaha ini. PT. Bank Pembangunan Daerah Kalsel lah yang memulai Bank Kalsel Syariah di tanggal 13 Agustus 2004 bertujuan guna mewujudkan keinginan nasabahnya pada transaksi perbankan syariah. Bank Kalimantan Selatan Syariah kini kian akrab atas penduduk di Kalimantan Selatan, mempunyai 2 kantor cabang Banjarmasin serta Kandangan, 2 kantor cabang pembantuan syariah Batulicin serta Q-Mall Banjarbaru, 7 toko syariah Kayutangi, Gatot Subroto, Martapura, Pelaihari, Barabai, Amuntai serta Paringin, 3 Tempat Kerja Uang Syariah di Sabilal Muhtadin, Pasar Kalindo, serta Uniska, 6 Fokus Angsuran pada STIA Bina Banua, STIH Penguasa Adam, Ukhuwah, UNISKA Banjarbaru, STAI Rakha Amuntai serta UIN Antasari, 15 mesin ATM, 48 Syariah Administrasi terletak di outlet.

Bank Konvensional Kalimantan Selatan memiliki cabang dan unit di seluruh Provinsi Kalsel, serta kantor fungsional syariah wilayah Jakarta. Bank Kalimantan Selatan Kedai Syariah cabang Paringin keberadaannya dibawah KCPS Banjarmasin, berdiri di tanggal 4 Maret 2013 serta kini Bank tersebut berada di Jl. A. Yani. Kelurahan Batu Piring Paringin. Bank Kalsel Syariah mempunyai item yang disajikan pada nasabah, yakni Tabungan iB Al-Barakah, Tabungan IB Pelajar, Tabungan IB Haji Ar- Rahman, Gadai Emas IB Ar-Rahman.

Sesuai peninjauan, Wilayah Paringin ada salah satu desa yaitu Desa Hukai. Desa Hukai adalah kampung yang berada di kabupaten Balangan, serta masyarakatnya ialah kebanyakan muslim. Seluruh muslim diwajibkan untuk melakukan ibadah haji ke Mekah, tanah suci, bersama penduduk Desa Hukai. Untuk bisa pergi ke Mekkah dan menunaikan ibadah haji disana tentunya membutuhkan biaya yang tidak sedikit sebelum bisa melaksanakan haji ke Mekkah.

Bank syariah pasti menawarkan berbagai produk tabungan haji dengan biaya BPIH. Misalnya, pihak bank hendak melaksanakan pengembangan guna memikat calon jamaah haji sehingga mereka mendapati kepuasan didalam menabung tabungan haji pada sebagian bank syariah. Tabungan haji bank syariah juga menawarkan berbagai layanan, fasilitas, dan kemudahan selain promosi.

Melihat masyarakat Desa Hukai menarik perhatian penulis karena Hukai ialah penduduk Kalimantan Selatan, serta Provinsi Kalsel mempunyai bank daerah yakni Bank Kalsel. Bank Kalsel Syariah mampu menolong penduduk Kalsel khususnya tabungan berhaji berkat keberadaannya. Pastinya Bank Kalsel Syariah dan lembaga keuangan lainnya juga menawarkan produk tabungan haji. Dalam menawarkan produk tabungan haji, Bank Kalsel Syariah tentunya terjadi daya saing karena kehadiran lembaga keuangan lainnya.

Keputusan masyarakat umum mengenai bank manakah yang pendapatnya paling baik guna menyimpan dana di BPIH dan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya. Tabungan Haji Ar-Rahman adalah bantuan spesial dari Bank Kalsel pada klien yang mempunyai tujuan mulia guna melakukan perjalanan ke Mekkah. Sangat sedikit sebagai setoran awalnya Rp. 1.000.000,00. Hal ini didorong pastinya calon jemaah haji daerah Kalsel karena otomatis terdaftar di SSKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu). Alhasil, mereka mendapat paket pemberangkatan ke Mekkah secara gampang, sejahtera serta berkah dengan semua unit kerja Bank

Kalsel yang beroperasi sesuai dengan hukum konvensional dan syariah.

Untuk menarik minat nasabah adalah salah satunya dengan melaksanakan iklan guna memikat calon jamaah haji supaya mendapati kebahagiaan didalam menabung pada tabungan Haji Ib Ar-Rahman. Dan Tabungan haji bank syariah juga menawarkan berbagai layanan, fasilitas, dan kemudahan selain promosi.

Untuk meningkatkan jumlah nasabah perlu adanya penelitian mengenai minat nasabah yang dapat dipengaruhi factor, karena Tabungan Haji Ib Ar-Rahman memberi pelayanan spesial kepada nasabah guna menunaikan haji ke Mekkah. Demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang judulnya **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Haji Ib Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah"** .

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai penjelasan latar belakangnya, masalah yang hendak dirumuskan pada penelitian ini berbentuk pertanyaan diantaranya:

1. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap minat Produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin)?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat Produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin)?
3. Bagaimana pengaruh reputasi terhadap minat Produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin)?
4. Bagaimana pelayanan, promosi, dan reputasi berpengaruh secara simultan terhadap minat Produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin)?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan guna mengetahui sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat Produk tabungan Haji IB

Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin)

2. Untuk mengetahui promosi terhadap minat Produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin)
3. Untuk mengetahui reputasi terhadap minat Produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin)
4. Untuk mengetahui pelayanan, promosi, dan reputasi berpengaruh secara simultan terhadap minat Produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin)?

#### **D. Signifikansi Penelitian**

Manfaat yang diinginkan bagi peneliti yaitu:

1. Bisa bermanfaat untuk Bank Syariah Indonesia didalam usaha menarik minat masyarakat di Kota Paringin
2. Bisa bermanfaat untuk penulis khususnya dan akademi ekonomi Islam pada umumnya perihal Bank Syariah

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk mempermudah gambaran yang jelas dan kongkrit tentang permasalahan yang terkandung dalam konsep penelitian, maka diperlukan penjelasan makna yang ditimbulkannya. Definisi kata-kata tersebut, menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) adalah:

1. Faktor adalah hal keadaan atau peristiwa yang ikut menyebabkan mempengaruhi terjadinya sesuatu. Adapun faktor yang penulis maksud adalah kurangnya minat masyarakat terhadap produk tabungan haji di Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin).
2. Masyarakat adalah sekumpulan orang yang hidup bersama pada suatu tempat atau wilayah dengan ikatan aturan tertentu. Adapun faktor yang penulis

maksud adalah kurangnya minat masyarakat terhadap produk tabungan haji di Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin).

3. Berminat adalah mempunyai (menaruh) minat; cenderung hati kepada; ingin (akan). Adapun faktor yang penulis maksud adalah kurangnya minat masyarakat terhadap produk tabungan haji di Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin)
4. Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu. Adapun faktor yang penulis maksud adalah kurangnya minat masyarakat terhadap produk tabungan haji di Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin)
5. Tabungan adalah tempat menabungkan uang; celengan, uang tabungan; uang simpanan. Adapun faktor yang penulis maksud adalah kurangnya minat masyarakat terhadap produk tabungan haji di Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin)
6. Haji rukun Islam kelima (kewajiban ibadah) yang harus dilakukan oleh orang islam yang mampu dengan berziarah ke Kakbah pada bulan Haji (Zulhijah) dan mengerjakan amalan haji, seperti ihram, tawaf, sai, dan wukuf di padang Arafah (KBBI online, 2012-2019).

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Terdapat sejumlah penelitian yang mengambil terkait Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah yang sudah dilaksanakeun, yakni antara lain :

- a. Penelitian yang dilaksanakan Afni Lestari Nasution tahun 2020 yang judulnya Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Calon Jamaah Haji Memilih Tabungan Arafah Di Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kcu Padangsidimpuan. Penelitiannya adalah kuantitatif. Hasil penelitiannya menemukan bahwa

promosi berdampak pada keinginan calon jemaah haji untuk menggunakan tabungan Arafah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU, layanan dipersempit Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidimpuan mempengaruhi keputusan calon jemaah hajinya untuk menggunakan tabungan Arafah PT. Produk Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidimpuan, produk juga mendorong calon jemaah hajinya untuk menggunakan tabungan Arafah dari PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidimpuan. Sementara melalui iklan, layanan, serta item memiliki pengaruh pada calon jemaah untuk menggunakan tabungan Arafah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU. Padangsidimpuan. Perbedaan pada penelitiannya ialah objek yang diteliti.

- b. Peneliti yang dilakukan Khairun Nisa, 2018, Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Religiusitas Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. Adapun hasil penelitian tersebut Menunjukkan bahwa tingkat pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah di bank syariah. Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan nilai t test  $(0,767) < t \text{ tabel } (1,98793)$  atau  $H_0$

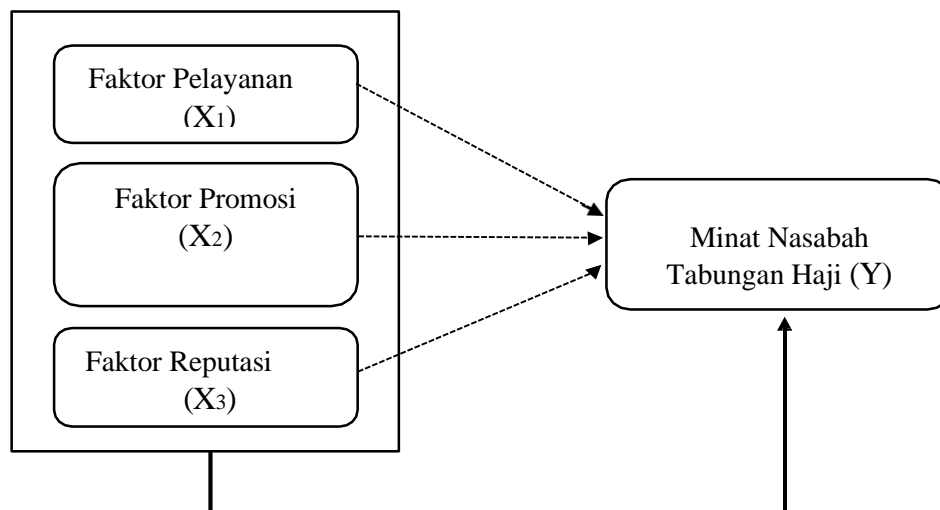


diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya, tingkat pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Sedangkan tingkat religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah di bank syariah. Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan nilai t test  $(-0,194) < t$  tabel  $(1,98793)$  atau  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya tingkat religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.

- c. Penelitian yang dilakukan Widya Aisyah, Judul skripsi "Minat Masyarakat Nagari Sungayang Menabung di Bank Syariah" Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Nagari Sungayang menabung di bank syariah. Tujuan pembahasan ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan seberapa besar minat masyarakat Nagari Sungayang menabung di bank syariah dilihat dari faktor psikologis, ekonomi dan sosial. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field Research*), untuk mendapatkan data-data dari permasalahan yang diteliti, teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah melalui wawancara, angket (kuesioner), dan dokumentasi. Pengolahan data dilakukan secara deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian penulis pada masyarakat Nagari Sungayang menunjukkan bahwa pada aspek psikologis yaitu sebesar 59,43% dan dikategorikan cukup banyak yang berminat untuk menabung di bank syariah, pada aspek Ekonomi sebesar 53,86% dan dikategorikan cukup banyak yang berminat untuk menabung di bank syariah, pada aspek sosial sebesar 65,90% dan

dikategorikan banyak yang berminat untuk menabung di bank syariah. Dari hasil ketiga aspek dengan demikian dapat diketahui bahwa persentase minat masyarakat Nagari Sungayang menabung di bank syariah yaitu sebesar 58,76% dan dikategorikan cukup banyak yang berminat untuk menabung di bank syariah.

### G. Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka penelitian  
(Sumber : Data diolah Berdasarkan Teori)

#### Keterangan

X1 = Faktor Pelayanan

X2 = Faktor Promosi

X3 = Faktor Reputasi

Y = Minat Nasabah Tabungan Haji

-----▶ : secara Parsial

—————→ : secara Simultan

## H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu pernyataan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Hipotesis digunakan sebagai dasar dalam analisis dan pembahasan selanjutnya. Mengacu pada kerangka berfikir dan studi empiris yang berkaitan dengan penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Pengaruh Pelayanan terhadap minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah

Menurut Kasmir (2010), pelayanan (*customer service*) adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dimana dalam perbankan ketika sebuah pelayanan yang baik didapatkan oleh nasabah, maka minat masyarakat untuk produk tabungan haji atau tetap bermitra akan terus meningkat karena adanya rasa nyaman dan aman ketika bertransaksi. Bila pelayanan tersebut buruk sehingga minat masyarakat cenderung berkurang. Tetapi jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka minat dapat dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga pelayanan

berpengaruh terhadap minat Masyarakat terhadap produk tabungan haji Ib Ar-Rahman Bank KalSel Kedai Syariah. Jadi penilaian nasabah mengenai pelayanan sangat berpengaruh pada pihak bank. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Bari'ah (2009), menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan minat Masyarakat terhadap produk tabungan haji Ib Ar-Rahman Bank KalSel Kedai Syariah. Dari uraian diatas, maka hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini:

**Ha:** Pelayanan Berpengaruh Terhadap Minat produk tabungan haji Ib Ar-Rahman Bank KalSel Kedai Syariah

**Ho:** Pelayanan Tidak Berpengaruh Terhadap Minat produk tabungan haji Ib Ar-Rahman Bank KalSel Kedai Syariah

## **2. Apakah Pengaruh Promosi terhadap minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah**

Menurut Tjiptono (2002), Promosi adalah persepsi nasabah bank tentang kegiatan bank untuk memperkenalkan produk yang dimiliki bank kepada nasabah. Dalam kegiatan ini dimana setiap bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak, dengan adanya promosi para nasabah dapat dengan mudah mengenal bank serta mengetahui apa saja yang ditawarkan oleh bank beserta keunggulan-keunggulan yang

paparkan, tidak dapat dipungkiri juga dengan meningkatnya promosi meningkat pula pembelian serta menungkatkan citra bank di mata nasabahnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fajriyah (2013), variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan haji, di mana semakin meningkat dilakukan promosi serta undian yang ditawarkan maka akan semakin meningkat pula minat menabung. Dari uraian diatas, maka hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini:

**Ha:** Promosi Berpengaruh Terhadap Minat produk tabungan haji Ib Ar-Rahman Bank KalSel Kedai Syariah

**Ho:** Promosi Tidak Berpengaruh Terhadap Minat produk tabungan haji Ib Ar-Rahman Bank KalSel Kedai Syariah

### **3. Pengaruh Reputasi terhadap minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah**

Asker dan Keller dalam Tjiptono (2000) menyatakan bahwa reputasi perusahaan (*corporate reputation*) adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas yang dihubungkan dengan nama perusahaan. Ini berarti nama perusahaan memberi pengaruh positif pada respon pelanggan terhadap produk atau jasa yang dihasilkan tetapi sering dihubungkan dengan reputasi perusahaan secara keseluruhan. Pada dasarnya reputasi perusahaan merupakan penghargaan yang didapat

oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut, yaitu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga perusahaan akan terus dapat mengembangkan dirinya untuk terus dapat menciptakan hal-hal baru bagi pemenuhan kebutuhan konsumen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rohmah (2015), yang menyatakan bahwa reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan nasabah menambah tabungan *mudharabah*. Jika tingkat reputasi yang dimiliki meningkat maka tingkat keputusan nasabah memilih bank syariah juga ikut meningkat, begitu pula sebaliknya. Dari uraian diatas, maka hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini:

**Ha:** Reputasi Berpengaruh Terhadap Minat produk tabungan haji Ib Ar-Rahman Bank KalSel Kedai Syariah

**Ho:** Reputasi Tidak Berpengaruh Terhadap Minat produk tabungan haji Ib Ar-Rahman Bank KalSel Kedai Syariah

#### **4. Pengaruh pelayanan, Promosi dan Reputasi terhadap minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah**

Perpaduan antara variabel (X1), (X2), dan (X3) dalam penelitian ini yaitu pelayanan, reputasi dan promosi terhadap variabel (Y) minat menabung.

Pelayanan (*customer service*) adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi (Kasmir, 2010). Lovelock dalam Tjiptono (2004), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Reputasi merupakan kepercayaan menyeluruh atau keputusan mengenai tingkat dimana sebuah perusahaan diberi penghargaan tinggi dan terhormat. Bagi suatu perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan. Reputasi perusahaan sebagai gabungan dari berbagai macam *image* yang mewakili suatu perusahaan. Yang mana reputasi ini dibangun sejak lama yang berdasarkan identitas perusahaan, kinerja perusahaan serta bagaimana masyarakat mempersepsikan perilaku perusahaan tersebut. maupun tidak langsung berdasarkan pengalaman dan informasi yang diterima (Rahmatsyah, 2013). Promosi adalah kegiatan *marketing mix* yang terakhir, dimana perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung maupun tidak langsung. Promosi merupakan sarana yang paling

ampuh untuk menarik dan memperhatikan konsumennya (Hamali, 2016). Menurut penelitian terdahulu dari Akbar (2017) menyatakan pelayanan, reputasi, dan promosi berpengaruh positif terhadap minat menabung baik secara parsial maupun simultan. Dari uraian diatas, maka hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini:

**Ha:** Pelayanan, Reputasi dan Promosi Berpengaruh Terhadap Minat produk tabungan haji Ib Ar-Rahman Bank KalSel Kedai Syariah

**Ho:** Pelayanan, Reputasi dan Promosi Tidak Berpengaruh Terhadap Minat produk tabungan haji Ib Ar-Rahman Bank KalSel Kedai Syariah

## **I. Sistematika Penulisan**

Sistematika penelitian berisi uraian singkat tentang isi bab demi bab yang akan ditulis di dalam penelitian ini :

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Adalah bab pendahuluan yang termuat perihal latar belakangnya, rumusan masalahnya, tujuan penelitiannya, manfaat penelitiannya, definisi operasionalnya, juga sistematika penulisannya.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Merupakan bab yang menerangkan terkait beragam landasan teori supaya bisa melaksanakan bahasan pada penelitian lebih mendalam.



**BAB III: METODE PENELITIAN**

Merupakan bab yang termuat tentang jenis penelitiannya, pendekatan penelitiannya, sumber datanya, teknik pengumpulan datanya beserta analisis data.

**Bab IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Memaparkan dan menganalisis data-data yang didapatkan dari hasil penelitian.

**Bab V PENUTUP**

Menjelaskan mengenai kesimpulan akhir penelitian dan saran-saran yang direkomendasikan berdasarkan pengalaman untuk perbaikan proses penelitian selanjutnya.