

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Industri jasa atau perusahaan jasa sangat membutuhkan kepercayaan dari orang lain untuk memasarkan produknya termasuk asuransi. Perusahaan asuransi tidak hanya untuk kepentingan bisnis semata, tetapi asuransi juga salah satu instrumen kesejahteraan dan ketentraman bagi orang lain atau nasabahnya. Jadi, pihak yang berjanji atau bersepakat dalam asuransi bertujuan untuk kesejahteraan dan ketentraman, sehingga misi asuransi akan menjadi *absurd* ketika hak dan kewajiban nasabah atas *indemnity* tidak terjamin sebagaimana yang mereka harapkan. (Saharuddin, 2014, hal. 123)

Asuransi merupakan kesepakatan antara dua pihak atau lebih melalui sebuah kontrak dengan tujuan mengantisipasi atau menghindari risiko yang mungkin akan terjadi pada masa akan datang dan belum diketahui waktu pastinya. Pihak-pihak yang melakukan atau mengadakan kesepakatan dan perjanjian dalam kontrak asuransi disebut sebagai penjamin dan tertanggung. Adapaun objek yang dipertanggung sebagai dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1992 di atas adalah risiko kerugian harta benda, usaha dan keselamatan manusia. Jadi, asuransi secara konvensional meliputi asuransi umum dan asuransi jiwa. (Paulus, 2020, hal. 47)

Asuransi sekarang sudah berkembang pesat dan sudah banyak asuransi yang berbasis syariah. Perkembangan asuransi syariah tidak hanya ada di negara-negara yang penduduknya mayoritas pemeluk agama islam, tetapi asuransi syariah

juga bisa dijumpai di negara-negara yang penduduknya minoritas umat islam. Asuransi syariah diberbagai negara sering disebut dengan istilah “*Takaful*” yang merupakan produk keuangan dengan syariat Islam atau yang sering disebut *dhaman* dan *diyat*. (Ismanto dan Nalim, 2019, hal. 143)

Asuransi diperbolehkan jika tidak menyimpang dari prinsip dan aturan hukum Islam. Untuk itu dalam muamalah harus memenuhi ketentuan-ketentuan yang diperlukan *taawun* (kerjasama), bersifat *mu'awadhoh*, tetapi *tabarru'*, sedekah (*tabarru'*) sama dengan hibah (pemberian), niat membantu dalam menegakkan prinsip ukhuwah, dan dilaksanakan sesuai prinsip syariah. (Alam D. R., 2020, hal. 45) Firman Allah swt tentang asuransi pada QS. Al Maa-idah/5:2 sebagai berikut.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

“*dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.*”

Ayat di atas menjelaskan bahwa konsep asuransi dalam Islam adalah tolong-menolong untuk kepentingan bersama atau dua belah pihak dan tidak ada merugikan pihak lain. (Nopriansyah, 2016, hal. 34) Jadi, Asuransi Syariah tidak hanya untuk umat mulim semata, tetapi non muslim juga boleh menggunakan segala produk asuransi syariah. Hal ini dikarenakan konsep asuransi syariah adalah tolong-menolong dan peduli satu sama lain termasuk non muslim, sehingga produk asuransi syariah harus disampaikan secara baik kepada semua orang agar tertarik menjadi nasabah atau peserta asuransi dengan cara melakukan promosi yang baik terencana dan pelayanan yang berkualitas.

Dalam kegiatan bisnis promosi merupakan ujung tombak manajemen pemasaran untuk mengenalkan produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau produsen ke konsumen. Dengan adanya promosi perusahaan dapat memberikan informasi atau memberitahukan kepada konsumen terhadap produk yang akan dipasarkan, sehingga dapat mempengaruhi minat konsumen dan mempengaruhi pasar. Adapun kegiatan promosi yang biasanya dilakukan oleh perusahaan seperti periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan publisitas. (Rianto, 2015, hal. 186)

Menurut (Lupiyoadi, 2013, hal. 84) menjelaskan bahwa kualitas produk ialah kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan penggunaannya. Artinya kualitas produk yang baik akan memberikan sebuah kepuasan dari konsumen dan akan secara tidak langsung dapat membentuk citra yang baik dari konsumen maupun masyarakat umum. Oleh sebab itu, perusahaan barang maupun jasa sangat memperhatikan kualitas produknya agar konsumen puas dan penjualan meningkat serta dapat membentuk persepsi yang baik pula terhadap produk yang ditawarkan. Jadi, kualitas produk yang baik dapat mempermudah perusahaan untuk memperkenalkan atau memasarkan produk yang dimiliki dan dapat mempengaruhi orang dalam mengeluarkan persepsi.

Menurut (Diana, 2016, hal. 271) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ialah sebuah usaha atau upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau karyawan dalam memenuhi segala kebutuhan dan keinginan konsumen secara cepat, tepat, teratur hingga dapat menyelesaikan kebutuhan konsumen. Jadi, kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen dan membentuk loyalitas serta membentuk sebuah persepsi yang baik di mata konsumen. Oleh

sebab itu, perusahaan asuransi syariah harus mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap masyarakat atau calon nasabah maupun pesertanya mulai dari pelayanan penjelasan produk hingga klaim asuransi.

Persepsi yang baik terhadap produk asuransi syariah dapat dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang terhadap asuransi syariah, faktor kualitas produk asuransi dan faktor kualitas pelayanan yang diberikan. Persepsi yang baik tentu akan membentuk keputusan untuk menjadi peserta asuransi syariah. Sementara penelitian awal di Kota Banjarmasin mengenai persepsi masyarakat terhadap produk asuransi syariah peneliti menemukan bahwa sebagian masyarakat masih memiliki pengetahuan yang minim terhadap produk asuransi syariah, sehingga masyarakat beranggapan ikut asuransi hanya buang-buang waktu saja dan beranggapan asuransi syariah sama saja dengan asuransi konvensional serta kualitas pelayanan yang masih kurang baik dalam klaim asuransi. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui alasan masyarakat di Kota Banjarmasin yang bekerja sebagai *Driver Ojek Online* memiliki anggapan atau persepsi seperti itu terhadap produk asuransi syariah. Apakah anggapan atau persepsi tersebut terbentuk akibat dari promosi yang kurang baik dari perusahaan asuransi syariah atau kualitas produk dan pelayanan yang masih kurang baik.

Berdasarkan penelitian awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap transportasi *online* yang ada di Kota Banjarmasin sudah mengalami perkembangan ke arah yang lebih baik seperti ada perkumpulan atau komunitas antar *Driver ojek Online* agar dapat saling membantu satu sama lain dan sudah ada jaminan keamanan atau asuransi dalam melakukan perjalanan. Akan tetapi,

tidak semua para *Driver* ojek *Online* di Kota Banjarmasin mendapatkan jaminan keamanan dan perlindungan terhadap asuransi perjalanan. Hal ini dikarenakan sebagian dari para *Driver* ojek *Online* di Kota Banjarmasin bukan pemilik akun asli yang terdaftar di perusahaan ojek *online*, sehingga tidak dapat mendaftarkan dirinya untuk mendapatkan layanan asuransi yang disediakan oleh pihak perusahaan ojek *online*. Faktor lainnya adalah sebagian *driver* ojek online di Kota Banjarmasin juga mendaftarkan diri ke aplikasi Ojek *Online* lain dan memiliki pekerjaan utama, sehingga sulit untuk mendapatkan perlindungan asuransi melalui data diri sebagai *Driver* Ojek *Online*.

Menurut Bapak Irsyad selaku Kepala Cabang PT. Asuransi Umum Bumida 1967 Unit Syariah memiliki pendapat atau pengamatan sendiri mengenai minat dan persepsi masyarakat Banjarmasin terhadap asuransi syariah. Menurut Bapak Irsyad menyatakan bahwa minat masyarakat Banjarmasin untuk menjadi peserta asuransi syariah menurun, sehingga pihak perusahaan asuransi syariah harus memiliki cara yang efektif untuk menarik minat tersebut seperti memberikan pelayanan yang bagus, melakukan promosi yang menarik, memberikan edukasi dan sosialisasi agar masyarakat peduli terhadap asuransi pada dirinya hingga bisa membedakan asuransi syariah dengan asuransi konvensional. Selain itu, sebagian besar masyarakat di Banjarmasin lebih percaya kepada perlindungan Allah Swt semata tanpa adanya usaha atau ikhtiar untuk menjaga dirinya seperti menggunakan asuransi jiwa maupun asuransi kesehatan, padahal asuransi penting bagi setiap orang termasuk bagi *Driver* Ojek *Online* yang setiap hari bekerja di jalan raya dengan berbagai macam kemungkinan risiko yang bisa terjadi. Oleh

sebab itu, persepsi atau tanggapan masyarakat mengenai asuransi masih ada yang menganggap penting dan ada yang tidak peduli.

Berdasarkan hasil penelitian dari (Fathoni, 2019, hal. 131) menyatakan bahwa persepsi masyarakat mengenai asuransi syariah masih kurang mengetahui kalau dilihat dari pemahaman premi dan promosi, tetapi pemahaman tentang produk asuransi syariah secara umum bisa dikatakan cukup baik. Oleh sebab itu, pihak perusahaan asuransi syariah harus mampu melakukan sosialisasi kepada masyarakat umum akan pentingnya asuransi syariah. Sedangkan hasil penelitian dari (Husein, 2019, hal. 92) menyatakan bahwa persepsi masyarakat terhadap produk asuransi syariah membutuhkan prosedur yang rumit atau ribet, sehingga masyarakat beranggapan pelaksanaan atau pengelolaan asuransi syariah masih belum sesuai dengan syariat Islam atau hanya label syariah saja dan memunculkan persepsi bahwa asuransi syariah sama saja dengan asuransi umum atau konvensional. Hal ini dikarenakan sosialisasi dan promosi masih kurang dilakukan oleh pihak perusahaan asuransi syariah di Kabupaten Tangerang, sehingga persepsi dan minat masyarakat masih rendah terhadap asuransi syariah. Oleh sebab itu, pihak perusahaan asuransi syariah harus meningkatkan kegiatan sosialisasi dan promosi dilingkungan masyarakat secara umum mengenai manfaat dan pentingnya asuransi syariah beserta preminya. Akan tetapi, tenaga agen asuransi syariah hanya akan melakukan sosialisasi dan promosi kepada masyarakat yang memiliki potensial untuk menggunakan produk asuransi syariah seperti masyarakat yang bekerja sebagai PNS, Pegawai Desa dan lainnya.

Menurut (Setiadi, 2013, hal. 92) menjelaskan bahwa persepsi seseorang dapat muncul dan terbentuk dari hasil pemikiran otaknya yang didapatkan melalui

pendidikan atau pembelajaran, pengalaman yang dirasakan sendiri maupun pengalaman orang lain, melalui pesan atau informasi yang dirangsang oleh panca inderanya dan terbentuk melalui lingkungan sosial atau budaya. Pada sosial masyarakat sebuah persepsi dapat terbentuk dari informasi-informasi yang beredar dimasyarakat atau lingkungan sosial dan dari pengalaman orang lain termasuk persepsi mengenai produk asuransi jiwa syariah. Asuransi jiwa syariah dimasyarakat masih dianggap hal yang biasa dan tidak penting. Oleh sebab itu, literasi dan pengenalan terhadap produk-produk syariah sangat penting agar tidak salah persepsi dan menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk syariah termasuk produk asuransi jiwa syariah.

Asuransi jiwa syariah merupakan sebuah produk asuransi yang banyak diminati oleh masyarakat karena dapat memberikan perlindungan bagi jiwa seseorang yang terdaftar menjadi peserta asuransi. Prinsip utama dari asuransi jiwa syariah ialah tolong-menolong antar sesama peserta asuransi, sehingga tidak ada salah satu pihak yang digurikan baik itu pihak nasabah atau peserta, pihak perusahaan asuransi maupun pihak lainnya. Hal ini dikarenakan nasabah atau peserta asuransi menyetorkan dana premi ke perusahaan asuransi yang disetorkan kedalam dana tabarru untuk dikelola membantu salah satu peserta yang mengalami musibah atau kerugian, sehingga peserta wajib mengikhilaskan dana premi yang telah disetorkan untuk membantu peserta lain. Oleh sebab itu, perbedaan antara asuransi syariah dengan asuransi konvensional terletak pada konsep pengelolaan dana asuransi. Asuransi syariah menggunakan konsep pengelolaan dana asuransi tolong-menolong (*Sharing Of Risk*) antar peserta dalam menghadapi sebuah masalah atau kerugian. Sedangkan asuransi konvensional

menggunakan konsep pengelolaan dana asuransi dalam bentuk pengalihan risiko (*Transfer Of Risk*) yang ditanggung oleh pihak perusahaan untuk melindungi peserta asuransi yang menghadapi sebuah masalah atau kerugian. (Amrin, 2012, hal. 37)

PT. Gojek Indonesia selaku perusahaan jasa sudah menyediakan fitur perlindungan perjalanan atau asuransi kecelakaan bagi *Driver* maupun penumpang yang menggunakan jasa Gojek. Akan tetapi, fitur ini tidak semua *Driver* maupun Penumpang menggunakannya meskipun biayanya terjangkau sekitar Rp. 2.000.000 dan Rp. 1.900.000 apabila ingin menambahkan asuransi bagi anggota keluarga *Driver* Gojek. Selain itu, ada fitur asuransi jiwa yang disediakan oleh pihak PT. Gojek Indonesia dengan menjalin kerjasama atau bermitra dengan Asuransi Allianz untuk memberikan perlindungan jiwa bagi *Driver* Gojek dengan biaya Premi sekitar Rp. 400.000-Rp.500.000. Fitur asuransi jiwa dari Allianz ini akan tersedia di aplikasi *Driver* Gojek yang memenuhi syarat dan ketentuan tertentu, sehingga tidak semua akun tersedia dan bisa mengaktifkannya. Alasan sebagian *Driver* Gojek tidak mengaktifkan fitur perlindungan asuransi perjalanan maupun asuransi jiwa ialah biaya premi yang mahal dan ribet untuk melakukan klaim asuransi.

Berdasarkan latar belakang di atas sebagian perusahaan transportasi *online* maupun Gojek sudah menjamin perlindungan asuransi terhadap para *driver* dan konsumen, sehingga para *driver* ojek *online* sudah mengetahui maupun memahami tentang asuransi. Hal ini yang membuat peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Persepsi *Driver* Ojek *Online* Di Kota Banjarmasin Terhadap Asuransi Jiwa Syariah”**.



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini antara lain, yaitu :

1. Bagaimana persepsi *Driver Ojek Online* di Kota Banjarmasin terhadap Asuransi Jiwa Syariah ?
2. Apa faktor yang melatarbelakangi tumbuhnya persepsi *Driver Ojek Online* di Kota Banjarmasin tentang Asuransi Jiwa Syariah ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain, yaitu :

1. Untuk mengetahui persepsi *Driver Ojek Online* di Kota Banjarmasin terhadap Asuransi Jiwa Syariah.
2. Untuk mengetahui apa faktor yang melatarbelakangi tumbuhnya persepsi *Driver Ojek Online* di Kota Banjarmasin tentang Asuransi Jiwa Syariah.

## **D. Signifikansi Penelitian**

Secara ringkas manfaat atau kegunaan penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan asuransi syariah di Kota Banjarmasin dalam meningkatkan pelayanan, memasarkan produk dan jasa maupun untuk menambah peserta asuransi baru.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi *Driver Ojek Online* maupun masyarakat di Kota Banjarmasin dalam memilih atau menggunakan produk asuransi jiwa syariah.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan sebagai menambah wawasan bagi Mahasiswa maupun Pembaca akan pentingnya sebuah Asuransi dan pemahaman Asuransi serta hasil penelitian ini menjadi bahan literatur bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya untuk Program Studi Asuransi Syariah serta Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan bagi pihak lainnya yang memerlukan penelitian ini.

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

Menghindari kesalah pahaman dan kekeliruan dalam mengidentifikasi judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pegangan agar lebih fokusnya kajian lebih lanjut. Maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut :

1. Persepsi merupakan sebuah pendapat atau tanggapan dari seseorang yang dihasilkan dari pengetahuan maupun dari panca inderanya. Persepsi berlangsung ketika seseorang menerima stimulus dari dunia luar baik dari orang lain maupun pengalamannya yang ditangkap oleh panca inderanya atau organ tubuh, sehingga terjadi proses berpikir yang masuk kedalam

otak untuk dipahami. (Sarwono, 2010, hal. 21) Persepsi dalam penelitian ini ialah pendapat atau tanggapan dari *Driver Ojek Online* di Kota Banjarmasin yang meliputi pengetahuan produk, biaya premi, manfaat produk dan dapat membedakan Asuransi Jiwa Syariah dengan konvensional.

2. *Driver Ojek Online* adalah sebuah sarana transportasi yang berbasis teknologi atau *online*, dimana konsumen atau penumpang wajib menggunakan ponsel pintar atau *smartphone* sebagai alat komunikasi untuk memesan layanan ojek *online* dan komunikasi dengan para *driver* ojek *online* yang akan menerima pesanan konsumen dan siap untuk mengantarkan konsumen sesuai tempat tujuan serta pelayanan lainnya. (Anwar, 2021, hal. 137) *Driver Ojek Online* dalam penelitian ini ialah *Driver Ojek Online* (GOJEK) di Kota Banjarmasin yang sudah bekerja selama 2 (Dua) tahun dan masih aktif bekerja sampai sekarang.
3. Asuransi Jiwa Syariah merupakan asuransi syariah yang didasari oleh prinsip-prinsip saling tolong-menolong dan saling melindungi diantara para peserta asuransi melalui kontribusi Dana Tabarru yang dikumpulkan dari para peserta asuransi syariah. Hasil uang yang dikumpulkan tersebut disetujui oleh para peserta asuransi agar digunakan untuk saling membantu bila terjadi risiko yang menyangkut jiwa diantara para peserta asuransi. Produk Asuransi Jiwa yang dimaksud dalam penelitian ini ialah Produk Asuransi Jiwa Syariah dan Konvensional dari Allianz. (Muslehuddin, 2011, hal. 49)

## F. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang peneliti rasa sangat relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Nurhayati (2019). Judul : *“Preferensi Masyarakat Kabupaten Balangan Menjadi Peserta Asuransi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan”*. Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa 100% masyarakat sudah mengetahui tentang program BPJS Kesehatan melalui iklan dimedia televisi, radio, koran sebesar 45%, informasi dari keluarga/tetangga/teman sebesar 29%, dari sosialisasi yang dilakukan oleh petugas BPJS Kesehatan sebesar 10%, dari internet sebesar 9%, dan informasi dari petugas kesehatan baik dokter, perawat, atau bidan sebesar 7%. Jadi, tingkat minatnya mencapai 100%. Persamaan penelitian ini ialah pembahasan yang sama mengenai asuransi syariah. Sedangkan perbedaannya ialah subjek diteliti berbeda yaitu Ojek *Online* dan Wilayah penelitian yang berbeda hingga produk asuransi yang dibahas berbeda.
2. Salumatus Sa’adah (2021). Judul : *“Pandangan Asaatidz dan asaatidzah Pondok Pesantren Nurul Jannah Banjarmasin tentang Asuransi Syariah.”*. Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan para asaatidz dan asaatidzah di Pondok Pesantren Nurul Jannah tentang asuransi syariah masih terbilang minim karena hanya beberapa saja yang mengetahui tentang asuransi syariah. Pendapat atau pandangan asaatidz dan asaatidzah yang setuju karena mengikuti pendapat dari ulama-ulama atau pakar ekonomi islam. Sedangkan pendapat atau pandangan asaatidz dan asaatidzah yang tidak setuju karena menantang

qada dan qadar yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Persamaan penelitian ini ialah pembahasan yang sama mengenai asuransi syariah. Sedangkan perbedaannya ialah subjek diteliti berbeda yaitu Ojek *Online* dan Wilayah penelitian yang berbeda hingga produk asuransi yang dibahas berbeda.

3. Bulqis (2021). Judul : “*Persepsi Masyarakat Kota Parepare Terhadap Asuransi Syariah*”. Metode Penelitian Kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menyatakan bahwa 9 orang memahami baik tentang asuransi syariah di parepare dan 6 orang belum memahami secara mendalam tentang asuransi syariah. Persamaan penelitian ini ialah pembahasan yang sama mengenai asuransi syariah. Sedangkan perbedaannya ialah subjek diteliti berbeda yaitu Ojek *Online* dan Wilayah penelitian yang berbeda hingga produk asuransi yang dibahas berbeda.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan penelitian merupakan sebuah penjabaran yang menjelaskan mengenai bagian-bagian dari karya ilmiah yang akan ditulis, dimana secara garis besar terdiri dari bagian awal, isi pembahasan, hasil penelitian dan akhir atau kesimpulan penelitian. Adapun sistematika pembahasan penelitian ini antara lain, yaitu :

BAB I Pendahuluan merupakan bagian awal dari sebuah karya tulis ilmiah dengan diawali oleh sub latar belakang masalah, rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan dari penelitian, signifikansi atau manfaat penelitian, definisi

operasional, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Teori merupakan bagian pembahasan dari sebuah karya tulis ilmiah dengan diawali oleh sub bab pembahasan pengertian persepsi, pengertian ojek *online* dan asuransi jiwa syariah.

BAB III Metode Penelitian merupakan cara atau metode yang akan digunakan dalam menyelesaikan sebuah karya tulis ilmiah dengan diawali oleh sub bab jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, teknik pengolahan data penelitian dan analisis data serta tahapan penelitian.

BAB IV Penyajian Data dan Analisis Data merupakan bagian dari hasil penelitian yang akan disajikan setelah mendapatkan data-data penelitian dan akan data akan diolah serta di analisis. Sub bab ini terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, hasil penelitian dan analisis data penelitian.

BAB V Penutup merupakan bagian akhir dari sebuah karya tulis ilmiah yang memuat simpulan hasil penelitian dan saran-saran bagi lokasi penelitian maupun bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya.