

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perdagangan merupakan hal yang paling lazim kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam perekonomian karena perdagangan merupakan penggerak utama berjalannya kegiatan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi yang baik ditandai oleh kegiatan pasar atau perdagangan yang berjalan baik pula, dengan demikian maka kesejahteraan masyarakat berarti sudah mulai tercapai. Seiring dengan perkembangan zaman, pada saat ini kegiatan bisnis khususnya dalam bidang pemasaran akan selalu semakin meningkat. Persaingan dalam dunia bisnis pun semakin kuat, sehingga akan membuat pelaku bisnis mencari strategi-strategi yang tepat untuk memasarkan produknya dan memenangkan persaingan untuk memaksimalkan pendapatan atau laba. Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting bagi pelaku bisnis.

Dalam konteks al-Quran mengenai aturan bisnis:

﴿ إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنَّ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ
وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا
بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ ۚ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Artinya: “Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (Itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Al Quran. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar”.(Q.S. At-Taubah: 111).

Adanya persaingan dalam dunia bisnis dan perdagangan membuat para pelaku bisnis harus memiliki inovasi dan kreativitas sebagai usaha yang dilakukan dalam menjalankan bisnis dan upaya bertahan di tengah persaingan dagang yang pada saat ini semakin ketat. Dengan demikian, diperlukan suatu pemasaran yang baik. Strategi pemasaran adalah sebuah langkah awal yang dapat digunakan dalam rangka memperkenalkan produk kepada pembeli atau konsumen. Berdasarkan analisis konsumen, strategi pemasaran adalah serangkaian rangsangan yang ditempatkan pada lingkungan konsumen yang dirancang dengan tujuan mempengaruhi afeksi, kognisi dan perilaku konsumen. (Peter dan Olson, 2013, hal: 20). Akan tetapi, strategi pemasaran dalam berbisnis harus memperhatikan etika bisnis.

Etika bisnis menurut Magnis Suseno merupakan sebuah ilmu dan bukan ajaran. Sebagai ilmu etika menitikberatkan refleksi kritis dan rasional. (Agus Arijanto, 2012, hal: 5) Secara sederhana etika bisnis berarti mempelajari mengenai tentang yang mana baik atau buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis juga dapat disebutkan sebagai pemikiran atau refleksi mengenai moralitas tentang aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela, benar atau salah, wajar atau tidak wajar,

pantas atau tidak pantas dari perilaku manusia dalam ekonomi dan bisnis. (Faisal Badroen, 2006, hal: 70).

Sebagai seorang pebisnis muslim, kita harus memahami kalau dalam ajaran Islam dianjurkan agar para umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan di sela hal berbisnis. Terlihat jelas bahwa konsep persaingan bisnis berbasis Al-Qur'an adalah sebuah konsep persaingan yang menganjurkan para pebisnis untuk bersaing secara positif dengan memberikan kontribusi yang baik dari bisnisnya bukan untuk menjatuhkan pebisnis lainnya dan menganjurkan pebisnis untuk tidak merugikan dan memudharatkan pebisnis lainnya. Selain itu, Al-Qur'an juga memberikan konsep untuk tidak melakukan persaingan dalam hal mendapatkan kekayaan sebanyak-banyaknya tanpa menghiraukan nilai-nilai Islami. Karena hal itu akan membuatnya lalai hingga lupa dengan kewajibannya sebagai hamba Allah. Oleh karena itu, walaupun sedang mengalami kondisi persaingan penting sekali bagi pebisnis Muslim untuk memahami konsep persaingan yang dianjurkan dalam islam agar tidak merugikan orang lain serta terjatuh persaingan yang tidak sehat kemudian mewajibkan kepada umatnya untuk senantiasa bekerja dalam memenuhi segala kebutuhan hidup mereka.

Persaingan dalam usaha menurut syari'at Islam bahwasannya bersaing haruslah secara sehat, adil dan jujur serta menjalin silaturahmi agar dapat mempererat ikatan persaudaraan. Jadi, kebebasan individu dalam hal persaingan dibatasi oleh kaidah-kaidah Islam dan akhlak, atau dengan kata lain masih

dikendalikan oleh aqidah, karena dengan aqidahlah seseorang bisa mereflesikan persaingan yang sesuai dengan ajaran Islam.

Dengan situasi saat ini di mana kehadiran pandemi membuat banyak manusia harus bisa beradaptasi dengan keadaan menimbulkan suatu kebiasaan baru yang bernilai positif bagi kesehatan. Dengan adanya pandemi membuat banyak masyarakat menjadi giat untuk melakukan aktivitas olahraga sebagai salah satu hal yang menunjang imunitas. Olahraga yang dilakukan dapat berada di dalam rumah saja atau dapat dilakukan di luar ruangan. Dengan meningkatnya minat masyarakat untuk berolahraga membuat permintaan akan peralatan olahraga dan penunjangnya juga semakin meningkat. Masyarakat akan berusaha mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan biaya yang serendah-rendahnya dan para pedagang kebutuhan olahraga juga akan berusaha untuk bersaing dengan pedagang lainnya dalam memasarkan barang mereka.

Meningkatnya permintaan masyarakat terhadap peralatan dan barang-barang penunjang olahraga merupakan suatu peluang yang besar bagi pedagang yang menyediakan perlengkapan olahraga untuk bersaing. Toko EkSport yang terletak di Jalan Pangeran Samudra No.92 B, Kota Banjarmasin merupakan tempat dimana peneliti akan melakukan penelitian mengenai permasalahan persaingan usaha dengan meninjau dari sisi etika islam. Berdasarkan riset awal yang dilakukan peneliti kepada pemilik toko yaitu Bapak H. Ikhwan Fikriani, dalam persaingan dengan toko-toko perlengkapan olahraga lain di daerah tersebut, tokonya tidak melakukan strategi pemasaran atau menjual produk melalui aplikasi *e-commerce* karena menghindari *paylater* yang termasuk riba

dan diharamkan. Namun sebenarnya tidak hanya aplikasi *e-commerce* yang bisa digunakan namun ada juga beberapa media daring atau *social media* yang dapat digunakan untuk memasarkan bisnis secara *online*. Fasilitas tersebut dapat menjadi alat pendukung dalam memanfaatkan kesempatan bisnis yang tersedia terutama dalam hal ini adalah Toko EkSport yang dimiliki oleh Bapak H. Ikhwan Fikriani. Permintaan masyarakat yang kini meningkat dalam pembelian alat olahraga namun toko ini masih belum memanfaatkan fasilitas-fasilitas tersebut dan hanya melakukan pemasaran atau berjualan melalui *offline* dan hal tersebut membuatnya tidak dapat bertahan saat terjadinya pandemi serta minimnya kontak dengan konsumen yang mengakibatkan terjadinya penurunan angka penjualan. Dari hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap **“Strategi Persaingan Usaha Pada Toko Ekspor Banjarmasin (Tinjauan Etika Bisnis Islam).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi persaingan usaha pada toko ekspor Banjarmasin ?
2. Bagaimana strategi persaingan usaha yang dilakukan toko Ekspor jika ditinjau dari etika bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi persaingan usaha pada toko ekspor Banjarmasin ?
2. Untuk mengetahui strategi persaingan usaha yang dilakukan toko Ekspor jika ditinjau dari etika bisnis Islam?

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang strategi persaingan usaha yang dilakukan toko Ekspor jika ditinjau dari etika bisnis Islam.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, dan menambah wawasan tentang penerapan strategi persaingan dalam usaha bisnis. Serta sebagai salah satu bahan referensi bagi penelitian selanjutnya untuk memperdalam substansi penelitian dengan melihat permasalahan dari sudut pandang yang berbeda dibidang strategi pemasaran.

E. Definisi Operasional / Batasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalahan dalam mengartikan Definisi Operasional atau istilah yang digunakan dalam proposal skripsi ini, maka peneliti akan menjelaskan beberapa Definisi Operasional atau istilah yaitu sebagai berikut:

1. Persaingan Usaha

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu (*competition*) yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, kompetisi. Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini terdiri dari beberapa bentuk termasuk pemotongan harga, iklan dan promosi penjualan, variasi kualitas, kemasan, desain dan segmentasi pasar.

2. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Tiga prinsip utama sebagai esensi *Islamic Marketing* yang perlu dilaksanakan menurut Ibrahim, et. al. yang dikutip oleh Nur Asnawi dalam buku Pemasaran syariah yaitu, prinsip ketaqwaan, prinsip kesederhanaan dan prinsip kebajikan.

Menurut Syariat Islam Pemasaran harus menjauhi hal-hal yang kotor dan merugikan konsumen dalam arti lain bahwa produsen harus transparan dan mengedepankan kejujuran dalam menjalankan usahanya.

Dengan adanya bauran pemasaran yang dijadikan sebagai suatu kontrol dalam berbisnis maka terbentuk strategi-stretegi yang akan mendukung terciptanya usaha yang berkelanjutan.

F. Kajian Pustaka / Penelitian Terdahulu

Tabel 1.2 Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun Penelitian)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Abdul Majid (2021)	Skripsi. “Pengaruh Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pengusaha Rumah Makan Padang (Studi di Kelurahan Simpang 4 Sipin Kecamatan	– Pendekatan Kuantitatif. – Metode Analisis statistik regresi berganda.	Persaingan Usaha tidak berpengaruh terhadap Perilaku Pengusaha Rumah Makan Padang. Etika Bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pengusaha Rumah Makan Padang di Kelurahan Simpang 4 Sipin Kecamatan Telanaipura Kota Jambi.

3.	Sundari (2020)	Skripsi. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo”.	<ul style="list-style-type: none"> – Pendekatan Kualitatif – Penelitian Lapangan (<i>field research</i>). 	<p>Persaingan usaha di Pasar Somoroto meliputi tiga aspek yaitu kualitas produk, harga, dan pelayanan.</p> <p>Menurut etika bisnis islam ketiga aspek tersebut ada yang di sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis yakni prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas dan tanggungjawab, dan ada yang belum sesuai dengan etika bisnis Islam yang dapat merugikan pedagang lain, yakni saling menjatuhkan sesama pedagang sehingga tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, yakni prinsip kejujuran, kesatuan dan tanggungjawab. Etika bisnis islam terhadap penyelesaian masalah yang terjadi di pasar tradisional somoroto ada lima strategi penyelesaian yakni, strategi kompetisi, strategi akomodasi, strategi</p>
----	-------------------	---	---	---

				kolaborasi, strategi penghindaran konflik, serta strategi kompromi atau negosiasi. Menurut etika bisnis Islam kelima strategi itu sudah memenuhi syarat dalam etika bisnis islam, karena dengan menggunakan strategi-strategi tersebut para pedagang lebih mudah untuk menyelesaikan masalah yang ada, seperti tentang harga mereka saling komprosi serta negosiasi untuk menentukan harga dimana semua para pedagang tidak ada yang dirugikan dan semua merasa adil dalam bermain harga.
4.	Ahmad Munir Hamid (2022)	Jurnal. “Persepektif Etika Bisnis Islam dalam Upaya	– Metode Kualitatif deskriptif melalui	Keberadaan undang-undang nomor 5 tahun 1999 tentu telah memberikan rasa aman pada pelaku usaha dari praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat,

		<p>Pengawasan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat”.</p>	<p>wawancara terukur oleh para informan.</p>	<p>sesuai dengan apa yang telah menjadi tugas pemerintah melalui lembaga yang berwenang (KPPU) hadir dalam upaya mengendalikan adanya segala macam bentuk pelanggaran yang mengintimidasi banyak orang dan menguntungkan segelintir orang seperti praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Bahkan beberapa yang terkandung dalam undang undang anti monopoli tersebut juga mempunyai korelasi yang sangat kuat terhadap beberapa prinsip dan dalil pada ekonomi Islam terutama pada aspek pencegahan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.</p>
--	--	---	--	---

5.	Abdul Latif (2017)	Jurnal. “Etika Persaingan dalam Usaha Menurut Pandangan Islam”.	– Metode Kualitatif deskriptif	Etika Bisnis Islam adalah merupakan hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis profesional, dan menunjukkan bahwa ada struktur yang berdiri sendiri yang terpisah dari struktur lain karena etika bisnis dalam Islam lebih banyak menjelaskan kebijakan dan kebenaran baik tingkat niat maupun gagasan terhadap perilaku, mulai dari hukum Islam hingga hubungan perdagangan. Perdagangan dalam Islam sekarang sudah mulai menunjukkan taringnya. Hal ini karena runtuhnya ekonomi kapitalis akibat krisis global. Dan dalam kehidupan sehari-hari seseorang tidak akan pernah terlepas dari kegiatan ekonomi, khususnya ekonomi Islam Dalam
----	---------------------------	--	--------------------------------	---

				prakteknya, Islam menganjurkan agar berdasarkan pada hukum Islam yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah.
6.	Siti Hofifah (2020)	Jurnal. “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam”.	– Metode Kualitatif deskriptif.	Sebagian pedagang tidak menggunakan etika bisnis Islam karena banyaknya persaingan dan juga untuk tujuan memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya demi kebutuhan perekonomiannya. Diharapkan melalui hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi para pedagang musiman untuk menerapkan etika bisnis Islam dalam proses perdagangannya.
7.	Rozi Andrini, dan	Jurnal. “Strategi Persaingan Dalam Pengembangan	– Metode Kualitatif deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bersaing Kedai Borobudur Pekanbaru dalam pengembangan usaha lebih menekankan strategi differensiasi

	Said Fahrulliansyah (2022)	Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”.		<i>(differentiation strategy)</i> , strategi fokus, strategi manajemen, strategi pengembangan sumber daya, namun Kedai Borobudur, tidak menggunakan strategi kepemimpinan harga. Strategi bersaing dalam pengembangan Usaha Kedai Borobudur Pekanbaru secara umum telah sesuai dengan tinjauan ekonomi Islam, terlihat dari strategi differensiasi produk, produk yang ditawarkan baik dan halal, harga bersaing, manajemen yang sesuai dengan yang dibenarkan dalam Islam dengan menekankan pada wilayah halal dan haram, termasuk menyediakan fasilitas mendukung seperti adanya fasilitas musholla yang disediakan sebagai salah satu perwujudan dari
--	----------------------------------	--	--	--

				pengimplementasian Islam dalam pengelolaan usahanya.
8.	Khoirotun Nikmah, Moh. Imsin, dan Ririn Susilawati. (2021)	Jurnal. “Analisis Persaingan Usaha Dalam Ektika Bisnis Islam Di Kabupaten Jombang”.	– Metode Deskriptif Kualitatif.	Menunjukkan bahwa lima aspek yang mempengaruhi kekuatan bersaing tersebut meliputi ancaman dari pendatang baru industri toko kelontong bersifat sedang, ancaman dari produk pengganti bersifat cukup kuat, kekuatan tawar-menawar dari pemasok bersifat sedang, kekuatan tawar-menawar dari pembeli, dan persaingan kompetitif di antara anggota industri keduanya bersifat kuat. Dan hasil persaingan usaha toko kelontong di Kabupaten Jombang dalam etika bisnis islam termasuk kategori persaingan yang sehat dan tidak sehat. Untuk kategori sehat ada 80% pelaku

				usaha toko kelontong yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Sedangkan untuk kategori tidak sehat ada 20% pelaku usaha toko kelontong yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.
--	--	--	--	---

Data (diolah, 2023).

Tabel 1.2 Persamaan dan Perbedaan Hasil Penelitian

No	Nama, Judul & Tahun	Variabel	Persamaan	Perbedaan
SKRIPSI				
1.	Abdul Majid, “Pengaruh Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pengusaha Rumah Makan Padang (Studi di Kelurahan Simpang 4 Sipin Kecamatan Telanaipura Kota Jambi), 2021.	Pengaruh Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam	Dalam penelitiannya, juga menggunakan etika islam sebagai tinjauan penelitian	Penelitian ini lebih terfokus untuk meneliti pengaruh dari persaingan usaha dalam etika islam mempengaruhi perilaku pengusaha.
2.	Putri Wita Stefhani, “Persaingan Usaha dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.(Studi Kasus Pedagang Sayur	Persaingan Usaha	Sama-sama meneliti tentang bagaimana persaingan usaha dalam	Berbeda di segi pelaku dan jenis usaha yang dijalankan. Yang

	Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur), 2019.		perspektif etika islam sebagai tinjauannya.	digunakan oelh peneliti dalam penelitian ini adalah pedagang sayur keliling.
3.	Sundari, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo”, 2020.	Etika Bisnis Islam dan Persaingan Usaha	Meneliti bagaimana etika islam mempengaruhi persaingan usaha.	Perbedaan terlihat pada kelompok yang diteliti. Yang dijadikan fokus penelitian oleh peneliti di sini adalah pedangan di pasar tradisional.
JURNAL				

1.	Ahmad Munir Hamid, “Perspektif Etika Bisnis Islam dalam Upaya Pengawasan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”.	Perspektif Etika Bisnis Islam dan Persaingan Usaha Tidak Sehat	Menggunakan etika bisnis islam sebagai perspektif / tinjauan.	Yang membedakan di sini adalah peneliti berfokus kepada Perspektif Etika Bisnis Islam dalam Upaya Pengawasan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
2.	Abdul Latif, “Etika Persaingan dalam Usaha Menurut Pandangan Islam”, 2017.	Pandangan etika islam terhadap Persaingan Usaha	Memakai islam sebagai patokan dalam menilai etika persaingan usaha.	Penelitian ini membahas permasalahan persaingan usaha lebih cenderung ke dalam sisi historisnya daripada sisi aktualnya.

3.	Siti Hofifah, “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam”, 2020.	Analisis Persaingan Usaha Pedagang	Menggunakan etika bisnis islam sebagai perspektif / tinjauan.	Perbedaannya di sini adalah penelitiannya berfokus kepada pelaku yang berbeda yakni Pedagang Musiman.
4.	Rozi dan Said, “Strategi Persaingan dalam Pengembangan Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”. 2022.	Strategi Persaingan, Pengembangan Usaha, Ekonomi Syariah.	Dalam penelitiannya, juga menggunakan strategi persaingan usaha.	Perbedaannya disini adalah peneliti tidak menggunakan perspektif Ekonomi Islam, tetapi menggunakan tinjauan Etika Bisnis Islam.

5.	Khoirotun, dkk, "Analisis Persaingan Usaha Dalam Ektika Bisnis Islam Di Kabupaten Jombang", 2021.	Analisis Persaingan Usaha antar pedagang toko kelontong di Kabupaten Jombang.	Sama- sama meneliti tentang bagaimana persaingan Usaha dalam tinjauan Etika Bisnis Islam.	Perbedaan terlihat dari kelompok yang diteliti, usaha yang diteliti oleh peneliti berbeda.
----	---	---	---	--

Data (diolah, 2023).

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan berisi uraian yang terdiri atas lima bab dan sub-sub bab. Adapun sistematika penelitian sebagai berikut:

Bab I adalah Pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

Bab II adalah Landasan Teori. Bab ini menguraikan hal-hal atau teori yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti, serta pembahasan umum yang berhubungan dengan penelitian ini.

Bab III adalah Metode Penelitian. Pada bab ini berisikan tentang informasi secara deskriptif tentang penelitian yang dilaksanakan, metode pengumpulan data, serta teknik untuk menganalisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV adalah Hasil Penelitian dan Pembahasan. Dalam bab ini merupakan hasil penelitian serta pembahasan dengan judul penelitian Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Pada Toko EkSprot Banjarmasin.

Bab V adalah Penutup. Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran atas dasar penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.