

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan sumber daya alamserta keanekaragaman fauna maupun flora, hutan, lautan dan kekayaan tambangnya. Pengelolaan yang maksimal dan efisien mampu meningkatkan perekonomian serta melakukan pembangunan nasional. Salah satu industri unggulan Indonesia yang menjadi sumber pendapatan dan penyumbang devisa terbesar adalah sektor pariwisata.

Industri pariwisata adalah salah satu sektor yang bergelut dalam bidang hiburan atau rekreasi, yang tujuannya tidak hanya menambah sumber pendapatan ekonomi namun juga untuk mengenalkan sosial budaya yang ada pada suatu daerah tersebut. Pariwisata sudah menjadi bagian kebutuhan manusia, sehingga pariwisata menjadi pusat ekonomi. Karena industri pariwisata berhubungan dengan sektor industri yang lain, misalnya industri transportasi, industri penginapan, dan ekonomi kreatif seperti UMKM.

Sektor pariwisata telah menjadi salah satu sektor unggulan karena pariwisata menjadi pusat pertumbuhan ekonomi negara, hingga mampu menyerap berbagai lingkup ekonomi lainnya seperti tenaga kerja, menciptakan ekonomi kreatif dan lain sebagainya. Namun pariwisata

menjadi sektor industri yang cukup sensitif jika terjadi perubahan yang mempengaruhi jumlah wisatawan yang berkunjung.

Infrastuktur pariwisata perlu dikembangkan secara maksimal guna meningkatkan jumlah pengunjung serta sebagai salah satu sumber pendapatan negara dan daerah. Pengembangan pariwisata merupakan sebuah usaha untuk menyempurnakan dan meningkatkan fasilitas maupun pelayanan yang diharapkan pengunjung. Jika pariwisata tersebut memiliki fasilitas dan pelayanan yang sempurna akan menjadi daya tarik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung. Pengembangan pariwisata tidak hanya dalam hal pembangunan dan perbaikan infrastruktur pariwisata, namun pemerintah juga perlu memperhatikan strategi pemasaran dalam hal ini adalah pada strategi promosi yang tepat untuk mengembangkan pariwisata di daerah-daerah yang memiliki banyak potensi.

Pada tahun 2020, pemerintah tidak lagi mengejar volume wisatawan yang berkunjung tetapi lebih menekankan kualitas wisatawan yang berkunjung. hal ini dikarenakan jika wisatawan tidak bijak dalam berwisata maka akan memberi dampak yang merugikan dari sisi kerusakan alam dan lingkungan. Kementrian pariwisata juga telah menargetkan peningkatan pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan di tahun 2020 pada destinasi wisata. Pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan memuat tiga norma yaitu, pertama wisata harus berbasis budaya baik dalam bentuk atau unsur. Kedua, pariwisata harus berbasis

masyarakat dan ketiga pariwisata harus berbasis lingkungan. pariwisata berkelanjutan ini diharapkan mendorong pariwisata yang ada di Indonesia tersertifikasi untuk menjadi destinasi wisata kelas dunia.¹

Kementrian pariwisata, Wishnutama, menyebutkan tiga program strategis Kemenparekraf pada tahun 2021, yaitu mempercepat pemulihan pariwisata, menerapkan *quality tourism* dan ekonomi kreatif serta digitalisasi dan kedaulatan digital.² Untuk mewujudkannya, anggaran Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ditetapkan sebesar Rp. 4,9 triliun. Naiknya anggaran tersebut diharapkan dapat membantu meningkatkan kinerja pariwisata dan ekonomi kreatif serta memulihkan industri pariwisata yang terpuruk akibat pandemi.

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang memiliki daya tarik destinasi wisata yang cukup digemari oleh banyak kalangan baik wisatawan lokal bahkan wisatawan mancanegara. Destinasi pariwisata ini tersebar di berbagai kota yang terdiri dari wisata alam maupun wisata buatan. Salah satu kota di Jawa Timur yang mempunyai potensi wisata yang besar adalah Kabupaten Kediri. Kabupaten Kediri terletak diantara dua gunung yaitu gunung Kelud di sebelah timur dan gunung Wilis di sebelah barat serta dialiri oleh sungai Brantas. Dilihat dari kondisi geografis potensi Kabupaten Kediri dalam sektor pariwisata sangat

¹ Eri Sutrisno, "Mengejar Wisatawan Premium", <https://indonesia.go.id/ragam/pariwisata/ekonomi/mengejar-wisatawan-premium-di-2020>, Indonesia.go.id, (di akses pada tanggal 19 januari 2021 pukul 15:06 WIB)

² Suryani Wandari Putri Pertiwi, "Ini Tiga Program Prioritas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Di 2021", Media Indonesia, <https://mediaindonesia.com/humaniora/347124/ini-tiga-program-prioritas-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-di-2021> ,(di akses pada 19 januari 2021 pukul 15:05 WIB)

besar seperti, Wisata Gunung Kelud, Air Terjun Dolo, Monumen Simpang Lima Gumul, Wisata Sumber Ubalan dan lain-lain.

Berikut ini merupakan jumlah tempat wisata yang ada di Kabupaten Kediri berdasarkan jenisnya³.

Tabel 1.1

Jumlah Objek Wisata yang ada di Kabupaten Kediri

No.	Daya Tarik Wisata	Jumlah
1.	Pemerintah Kab. Kediri (PAD)	6
2.	Pemerintah Kab. Kediri (Non-PAD)	1
3.	Swasta	15
4.	Desa Wisata	13
5.	Cagar Budaya	14
Jumlah		49

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2021

Dilihat dari tabel diatas, bahwa jumlah objek wisata yang ada di Kabupaten Kediri secara keseluruhan berjumlah 49 objek wisata. Hal ini bisa jadi bertambah seiring program pemerintah mengenai Desa Wisata. Dengan banyaknya jumlah objek wisata yang ada di Kabupaten Kediri, jumlah kunjungan wisatawan pada objek wisata pasti mengalami penurunan akibat daya saing yang cukup ketat. Wisatawan biasanya akan memilih objek wisata yang baru karena rasa penasaran mereka dengan fasilitas wisata yang ditawarkan tersebut. Hal ini akan berdampak pada tempat wisata yang telah ada sebelumnya. Untuk itu pihak pengelola wisata perlu strategi promosi yang menarik agar wisatawan tetap memilih wisata tersebut sebagai pilihan destinasi wisata tetap memilih wisata tersebut sebagai pilihan destinasi wisata yang harus dikunjungi.

³ Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri, Dokumentasi Arsip Bidang Promosi, 2020

Pada penelitian ini mengambil salah satu obyek wisata yang ada di Kabupaten Kediri yaitu Wisata Sumber Ubalan yang terletak di Desa Jarak Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri. Wisata Sumber Ubalan merupakan wisata yang menawarkan wisata alam yang berupa hutan lindung yang mempunyai sumber mata air dan fasilitas lainnya seperti panggung hiburan, kolam renang dan arena bermain lain. Wisata Sumber Ubalan beroperasi setiap hari namun hanya pada jam 08:00-17:00. Dengan tiket masuk yang terjangkau menjadikan obyek wisata ini digemari wisatawan untuk melepas penat.

Wisata Sumber Ubalan menjadi destinasi wisata yang paling diminati kedua setelah wisata Gunung Kelud. Jumlah kunjungan wisatawan pada hari libur atau *weekend* lebih banyak dari pada ketika hari kerja atau *weekday*. Akses ke lokasi dan sarana transportasi yang mudah dijangkau membuat wisata Sumber Ubalan salah satu destinasi wisata yang cukup digemari.

Meskipun potensi sektor pariwisata di Kabupaten Kediri cukup menarik untuk dikunjungi, akan tetapi sektor pariwisata ini harus dijaga agar tetap konstan atau bahkan meningkat dalam hal jumlah wisatawan. Pada tahun ini pemerintah Kabupaten Kediri juga sedang giat-giatnya mengembangkan seluruh sektor pariwisata yang ada di Kabupaten Kediri, dan wisata Sumber Ubalan pada tahun ini melakukan renovasi besar-besaran untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanan bagi para pengunjung untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke wisata Sumber Ubalan.

Promosi didefinisikan sebagai sebuah informasi dan ajakan yang ditujukan untuk memengaruhi seseorang melakukan tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran.⁴ Promosi berkaitan dengan informasi yang akan disampaikan kepada khalayak umum untuk menarik minat orang untuk melakukan atau menggunakan sesuatu. Adanya promosi, masyarakat akan mengetahui pariwisata yang ditawarkan oleh suatu daerah dan membuat wisatawan tertarik untuk mengetahui dan mengunjungi destinasi wisata tersebut. Dengan penjelasan dan komunikasi yang meyakinkan dapat menambah jumlah wisatawan yang berkunjung di wisata tersebut. Pemerintah dan pengelola memiliki peran dalam mengenalkan dan menginformasikan potensi pariwisata yang ada di daerah tersebut. Promosi dapat dilakukan secara langsung maupun melalui berbagai media seperti media elektronik. Wisata Sumber Ubalan mempromosikan wisatanya melalui media sosial, pamflet. Pemerintah Kabupaten Kediri sangat memanfaatkan dengan baik media sosial sebagai sarana mempromosikan potensi pariwisata, budaya dan potensi lainnya untuk mendongkrak perekonomian.

Hal penting yang perlu dilakukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung adalah bagaimana wisata tersebut dapat dikenal dan diketahui khalayak luas. Untuk itu diperlukan strategi promosi yang tepat agar sebuah wisata dapat berkembang pesat dan menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Salah satu media promosi yang sering digunakan adalah

⁴ Basu Swasta, *Pengantar Bisnis Modern. Edisi Ketiga*, (Yogyakarta : Liberty, 2000) Hlm. 76

media sosial. Melalui media sosial, pengelola wisata Sumber Ubalan dapat dengan mudah mempromosikan produk wisata yang ditawarkan sehingga mampu menjaring masyarakat untuk berkunjung pada wisata Sumber Ubalan ini.

Promosi berisi mengenai keunggulan dari objek wisata tersebut serta fasilitas-fasilitas yang ditawarkan. Diawali dengan komunikasi persuasi untuk menarik perhatian sehingga pada akhirnya menarik minat seseorang untuk berkunjung. Dari kegiatan promosi mengharuskan pihak pengelola wisata untuk mampu berinovasi dan memiliki kreatifitas yang tinggi untuk menarik calon pengunjung untuk berwisata. Adanya kegiatan promosi tempat wisata dapat dikenalkan dan ditawarkan kepada masyarakat luas baik melalui suatu media maupun penawaran langsung kepada konsumen.

Peran strategi promosi ini untuk perencanaan pariwisata sangat dibutuhkan, karena dengan semakin banyaknya pembangunan-pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah terkait program desa wisata, membuat pengelola wisata Sumber Ubalan perlu melakukan inovasi pada strategi bauran promosi agar dapat bersaing dengan objek wisata lain yang kian menjamur dan mulai menggeser keberadaan objek wisata yang telah lama berdiri. Jika strategi yang dilakukan tepat sasaran, para pengunjung akan mendapat kepuasan atas fasilitas dan pelayanan

yang diberikan dan memungkinkan wisatawan tersebut berkunjung kembali.

Sejak zaman Rasulullah, Islam telah mengajarkan bagaimana tata cara berbisnis atau berniaga yang sesuai syariah Islam. Disebutkan dalam literatur lain jika bisnis dalam Islam dikenal dengan syirkah. Pada zaman Rasulullah telah diterapkan bagaimana akhlak yang baik dalam melakukan suatu bisnis, dimana terdiri dari nilai kesopanan, tata karma, ramah tamah, dan penawaran yang beretika. Islam melarang umatnya untuk bekerja sesuka hati dan melakukan hal-hal yang tidak diperbolehkan syariah, seperti menipu, berbuat curang, adanya praktik riba dan perbuatan bathil lainnya.

Kegiatan promosi dalam Islam diberikan kebebasan selagi tidak melanggar larangan syariah, seperti melakukan pemalsuan dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian dan kezhaliman serta dapat menimbulkan pertikaian dan permusuhan. Promosi hendaknya dilakukan dengan mengedepankan kejujuran dan kenyataan, hal ini sesuai dengan Firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 105⁵:

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَاذِبُ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya : “Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang-orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka itulah orang-orang pendusta.”

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an, Terjemah dan Tafsir untuk Wanita*, (Bandung: Jabal, 2010) Hlm. 279

Pada ayat diatas, telah sangat jelas dilarang melakukan kebohongan atau penipuan. Islam memerintahkan untuk melakukan kegiatan muamalah yang sesuai etika dalam Islam tanpa adanya kebohongan. Strategi promosi yang dilakukan harus berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah, sehingga kegiatan yang dilakukan membawa keberkahan dunia dan akhirat.

Pada wisata Sumber Ubalan sendiri dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir mengalami penurunan jumlah pengunjung. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya objek wisata yang muncul membuat daya saing semakin ketat, dan juga tidak diikuti dengan strategi promosi yang menarik sehingga wisatawan tidak banyak yang mengetahui objek wisata tersebut. Sementara wisata Sumber Ubalan melakukan promosi melalui pamflet dan promosi yang dilakukan oleh pihak pemerintah terkait. Selain itu, banyak juga pengunjung yang setelah melakukan swafoto di wisata Sumber Ubalan, mereka akan mengunggahnya ke media sosial mereka dan meng*hashtag* wisata Sumber Ubalan.

Minimnya sarana media promosi, membuat wisata Sumber Ubalan mengalami penurunan jumlah pengunjung. Tidak adanya akun resmi yang bisa memuat fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan oleh pengelola, membuat wisatawan kurang tertarik melakukan kunjungan, sementara pada wisata lain mereka memiliki akun resmi wisata tersebut untuk mempromosikan objek wisatanya. Dengan begitu, proses pembangunan pariwisata yang direncanakan akan berjalan lambat.

Dalam perencanaan pembangunan wisata diperlukan strategi pemasaran yang tepat, salah satunya dengan menentukan bauran promosi yang akan diterapkan, seperti dalam hal periklanan dan publisitas, *sales promotion*, *word of mouth*, *personal selling*, dan pemasaran langsung. Dengan adanya permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk membahas penelitian ini lebih mendalam dengan membuat judul “**STRATEGI BAURAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG OBJEK WISATA BERDASARKAN EKONOMI SYARIAH (STUDI KASUS DI SUMBER UBALAN KABUPATEN KEDIRI)**”.

B. Fokus Penelitian

Sesuai latar belakang yang sudah diuraikan diatas, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi bauran promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata Sumber Ubalan Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana strategi bauran promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata Sumber Ubalan Kabupaten Kediri berdasarkan ekonomi syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan strategi bauran promosi yang digunakan pengelola wisata sumber Ubalan dan Dinas Pariwisata dan

2. Kebudayaan Kabupaten Kediri untuk meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata.
3. Untuk menganalisis strategi bauran promosi yang digunakan pengelola wisata Sumber Ubalan dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri untuk meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata berdasarkan ekonomi syariah.

D. Batasan Masalah

Sesuai paparan permasalahan yang telah dijelaskan, maka peneliti perlu adanya batasan-batasan dalam penelitian, agar pembahasan terarah dengan tujuan dicapai yaitu penelitian ini fokus pada strategi bauran promosi dalam upaya pengembangan pariwisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisata Sumber Ubalan Kabupaten Kediri.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan yang telah diuraikan diatas, maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, manfaat dan nilai guna, baik manfaat dalam teoritis maupun manfaat dalam praktisnya. Adapun manfaat dari penelitian ini dari permasalahan yang dibahas antara lain :

1. Secara teoritis

Dalam penelitian ini membahas mengenai strategi bauran promosi , sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkuat teori bauran promosi dan sebagai bahan pertimbangan

bagi penelitian sejenis dan pengembangan studi manajemen pemasaran.

2. Secara praktis

a. Bagi IAIN Tulungagung

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pemikiran untuk pengembangan ilmu ekonomi khususnya pada manajemen pemasaran dan dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya.

b. Bagi Dinas Pariwisata dan Pengelola wisata

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam upaya untuk meningkatkan jumlah pengunjung dilihat dari strategi bauran promosi.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber rujukan terkait strategi bauran promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti mengenai variabel promosi.

F. Penegasan Istilah

Untuk menjelaskan masalah yang akan dibahas serta untuk menghindari kesalahpahaman dalam mengartikan judul “Strategi Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Objek Wisata Berdasarkan Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Sumber Ubalan Kabupaten Kediri)”. Maka perlu adanya penegasan istilah secara konseptual dan

operasional.

1. Definisi secara konseptual pada penelitian ini meliputi :

a. Bauran promosi

Penyampaian informasi sebuah perusahaan dan mampu diterima oleh pembeli dengan mengkomunikasikan suatu nilai terhadap target pelanggan.⁶ Dalam arti bauran promosi merupakan *promotion mix*, untuk menarik dan menginformasikan wisatawan dengan menggunakan salah satu atau mengkombinasikan sarana promosi, yaitu periklanan dan publisitas, *personal selling*, *sales promotion*, *word of mouth* dan pemasaran langsung.

b. Pariwisata

Pariwisata merupakan bentuk aktivitas yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Di zaman sekarang menjadi sektor pendorong perekonomian dan menjadi industri yang didalamnya terdapat berbagai usaha yang mengiringinya. Pariwisata telah banyak memberikan banyak pendapatan bagi daerah yang mengembangkan potensi pariwisatanya.

c. Strategi promosi

Strategi merupakan sebuah pola yang yang direncanakan untuk bertahan hidup, membuat persepsi di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing,

⁶ Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa, *Teori Dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Ghalia Indonesia 2011), Hlm. 84

memahami realitas pasar untuk menjadi yang lebih baik. Sedangkan promosi adalah kegiatan dalam bentuk komunikasi dua arah untuk mengarahkan seseorang untuk melakukan pertukaran pemasaran. Jadi strategi promosi adalah rencana yang menjadi suatu taktik perusahaan yang digunakan untuk menarik dan meyakinkan konsumen agar membeli produk atau memakai jasanya.

d. Ekonomi Syariah

Ekonomi Syariah atau ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari masalah yang berkaitan dengan ekonomi yang sesuai dengan ajaran nilai-nilai Islam.⁷ Ekonomi Syariah merupakan sistem pengaturan kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang penerapannya berdasarkan ajaran Islam.

2. Definisi secara operasional dalam penelitian ini meliputi :

Semakin berkembangnya tempat pariwisata yang ada di Kabupaten Kediri, membuat banyak taman wisata lainnya yang sudah lama berdiri semakin menurun tingkat jumlah pengunjungnya. Hal ini karena kurangnya inovasi dan kreativitas dalam melakukan strategi bauran promosi. Sehingga pembangunan pariwisata bisa berjalan dengan baik dan menjadi daya tarik pengunjung. Untuk itu, peneliti tertarik meneliti peristiwa tersebut pada salah satu tempat wisata yang ada di kabupaten Kediri dengan judul “Strategi Bauran Promosi Untuk

⁷ Muhammad Abdul Manan, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam* (Yogyakarta : Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), Hlm. 19

Meningkatkan Jumlah Pengunjung Objek Wisata Berdasarkan Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Sumber Ubalan Kabupaten Kediri)”.

G. Sistematika Penelitian

Penelitian penelitian terdiri dari enam bab. Setiap bab masing-masing memiliki sub bab yang memberi penjelasan secara rinci, berkesinambungan dan sistematis. Sistematika kepenelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Terdiri dari hal;aman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

2. Bagian Utama

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab satu ini akan dijelaskan mengenai latar belakang atau fenomena yang berkaitan dengan judul. Selanjutnya rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, sistematika penelitian dan penegasan istilah.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi landasan teori mengenai strategi promosi, pariwisata, dan ekonomi syariah, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan metode yang digunakan dalam penelitian yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini memaparkan hasil penelitian yang membahas mengenai paparan data penelitian dan temuan penelitian.

BAB V : PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis dengan cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian tentang strategi bauran promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung di wisata Sumber Ubalan Kabupaten Kediri dan strategi bauran promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung di wisata Sumber Ubalan Kabupaten Kediri berdasarkan ekonomi syariah.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran sebagai akhir penelitian. Kesimpulan berisi hasil kesimpulan pembahasan dan saran ditujukan kepada berbagai pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini.

3. Bagian Akhir

Bagian ini memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat izin permohonan penelitian, surat pernyataan keaslian tulisan.

