

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang terus mengupayakan peningkatan kualitas sumber daya manusia, salah satunya melalui jalur pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu sarana jembatan yang sangat efektif untuk mengembangkan potensi yang dimiliki oleh anak. Pendidikan merupakan kebutuhan mendasar bagi semua orang, pendidikan merupakan proses untuk meningkatkan, memperbaiki, mengubah pengetahuan, keterampilan sikap serta tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mencerdaskan kehidupan bangsa.

Ki Hajar Dewantara menyatakan bahwa pendidikan itu merupakan daya upaya untuk memajukan *budi pekerti* (kekuatan batin), pikiran (*intellect*) dan jasmani anak-anak, yang selaras dengan alam dan masyarakatnya.² Di dalam fungsi pendidikan, untuk mengembangkan dan menjamin kelangsungan hidup bangsa, maka pendidikan nasional berusaha untuk mengembangkan dan menjaga kelangsungan hidup bangsa, pendidikan nasional berusaha untuk mengembangkan kemampuan mutu dan martabat kehidupan manusia Indonesia, memerangi segala kekurangan, keterbelakangan dan

² Saifur Rohman dan Agus Wibowo, *Filsafat Pendidikan Masa Depan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hal 5

kebodohan, memantapkan ketahanan nasional serta meningkatkan persatuan dan kesatuan berdasarkan kebudayaan bangsa dan Bhinneka Tunggal Ika.

Berdasarkan uraian diatas dapat diambil kesimpulan, pentingnya arti pendidikan perlu sekali disampaikan demi kemajuan bangsa. Pentingnya arti pendidikan dapat dianalogikan seperti kerja membangun perahu, sebagaimana yang pernah dilakukan oleh Nabi Nuh AS dahulu. Sebuah perahu akan terlihat berguna pada saat perahu sudah jadi dan saat banjir bandang telah datang, baru akan diketahui kegunaan dari perahu yang dibuat. Begitupula dengan sebuah pendidikan, pendidikan akan terlihat berguna bagi bangsa ketika pemakai pendidikan mengetahui manfaat serta kesejahteraan bagi diri sendiri dan bangsa. Sebagaimana ilustrasi tadi, posisi pendidikan dapat diartikan sebagai alat untuk perjalanan kemajuan mutu bangsa.³

Bagi negara yang ingin memperbaiki sendi-sendi kependidikannya seperti di Indonesia ini telah banyak berdiri sekolah-sekolah formal baik berstatus negeri atau swasta. Peserta didik merupakan sosok yang menjadi alasan utama atas terselenggaranya kegiatan belajar mengajar. Keberadaan peserta didik ibarat konsumen terhadap penjual (sekolah). Sebagai seorang penjual, sekolah harus mampu menarik minat calon peserta didik (konsumen). Banyaknya konsumen yang datang pada penjual, menunjukkan bahwa barang-barang yang dijual sangat menarik perhatian konsumen. Begitu pula dengan pendidikan dengan banyaknya sekolah-sekolah yang berdiri maka sekolah tersebut harus mampu bersaing untuk menunjukkan eksistensinya. Salah satu

³ *Ibid....* Hal 3

bukti eksistensi dalam suatu lembaga pendidikan yaitu ditandai dengan meningkatnya minat peserta didik untuk bersekolah di lembaga pendidikan tersebut.

Saat ini masyarakat sudah mampu membedakan antara sekolah negeri dan swasta, sekolah yang berkualitas dan sekolah yang mempunyai sarana prasarana yang memadai. Hal ini dikarenakan konsumen (orang tua peserta didik) takut putra-putrinya tidak mampu untuk bersaing di era globalisasi.

Realita saat ini, banyak masyarakat yang lebih condong kepada sekolah negeri dibanding ke swasta, masyarakat beranggapan sekolah negeri lebih unggul dan lebih maju baik dari sisi sarana prasarana, biaya operasional serta mutu lembaga pendidikan dan tenaga pendidik. Jika sekolah/madrasah negeri pembiayaan dibantu oleh pemerintah dan jika swasta pembiayaan dari pihak sekolah sendiri. Banyak masyarakat yang menjadikan sekolah swasta menjadi jalan pelampiasan/pelarian calon peserta didik ketika tidak diterima di sekolah/madrasah negeri, bahkan yang menjadi lebih uniknya banyak sekali masyarakat yang lebih memilih putra-putrinya di sekolahkan di lembaga negeri, dikarenakan agar putra-putrinya lebih mudah diterima di perguruan tinggi dan mempunyai kelas sosial saat mendaftar. Namun saat ini, lembaga swasta dapat memilih beberapa pilihan jalur masuk kuliah yang bisa di eksplorasi yaitu: Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) merupakan jalur undangan yang dilakukan tanpa tes yang dipertimbangkan melalui nilai raport dari semester 1-5 serta memiliki riwayat prestasi yang dapat dibuktikan. Jalur kedua untuk dapat masuk PTN yaitu Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) merupakan jalur yang di lakukan dengan ujian tulis berbasis komputer (UTBK), jalur ini diselenggarakan

secara serentak do 74 titik yang ada di indonesia, materi tesnya terdiri dari Tes Potensi Skolastik dan Tes Kemampuan Akademik sesuai dengan jurusanmu. Jalur yang ketiga melalui seleksi mandiri yang dilakukan dengan mandiri tanpa mengadakan tes lagi namun hanya melihat dari nilai UTBK. Jalur yang ke empat melalui Penulusuran Minat Kemampuan Politeknik Negeri (PMDK-PN), Jalur untuk masuk Politeknik negeri ini hampir mirip dengan SNMPTN yaitu dengan mengadakan prestasi akademik dan tanpa ujian tertulis, pelaksanaannya juga serentak di 42 politeknik negeri yang ada di seluruh indonesia. Jalur yang ke lima yaitu Ujian Masuk Perguruan Tinggi Kedinasan, seleksi ini merupakan jalur masuk ke lembaga pendidikan tinggi negeri yang memiliki afiliasi dengan lembaga pemerintah. Jalur yang ke enam yaitu Seleksi Masuk PTS yang mempunyai 3 opsi jalur masuk kuliah swasta yang tersedia *seleksi tanpa tes, seleksi dengan tes tulis, seleksi wawancara.*

Perkembangannya, paling tidak lembaga pendidikan swasta di era sekarang memiliki enam kekuatan besar untuk dapat bangkit (1) saat ini lembaga pendidikan Islam sudah mulai didukung dengan sumber daya manusia yang mencukupi. (2) mampu melakukan strategi pengembangan lembaga secara signifikan. (3) mendapat animo masyarakat yang tinggi terbukti setiap tahun diminati peserta didik. (4) memiliki jaringan yang luas sebagai wahana pengembangan lembaga. (5) memiliki fasilitas pendidikan yang mencukupi (6) mampu melakukan inovasi-inovasi pendidikan sehingga program pendidikan tetap *up to date.*⁴

⁴ Saifur Rohman dan Agus Wibowo, *Filsafat Pendidikan Masa Depan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hal 9

Melihat realita ini tentunya dapat dikatakan bahwa peminat terhadap madrasah masih kurang. Madrasah kurang diminati oleh masyarakat dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Ada pepatah mengatakan “tak kenal maka tak sayang”, bisa jadi madrasah kurang disukai karena kurangnya pemahaman masyarakat terhadap madrasah, program-program apa saja yang ada di madrasah, keunggulan apa saja yang dimiliki madrasah, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan madrasah bisa jadi tidak diketahui oleh masyarakat.

Hal ini dapat disimpulkan, persaingan yang ketat memaksa lembaga pendidikan untuk merancang, diperkenalkan dan diasosialisasikan pada masyarakat dengan cara menggunakan manajemen pemasaran yang baik. Madrasah yang diibaratkan sebuah produk, tentunya akan terjual apabila dipasarkan secara baik. Pemasaran dilakukan agar masyarakat mengetahui keunggulan dan program-program yang dimiliki madrasah. Pemasaran oleh madrasah harus dilakukan dengan perencanaan dan pengelolaan yang tepat dalam menarik calon peserta didik baru.

Pemasaran untuk lembaga pendidikan (terutama sekolah/madrasah) mutlak diperlukan. Pertama, sebagai lembaga non profit yang bergerak dalam bidang jasa

pendidikan, untuk level apa saja, kita perlu meyakinkan masyarakat dan “pelanggan” (peserta didik, orang tua, serta pihak-pihak terkait lainnya) bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih tetap eksis. Kedua, kita perlu meyakinkan masyarakat dan “pelanggan” bahwa layanan jasa pendidikan yang kita lakukan sungguh relevan dengan kebutuhan mereka. Ketiga, kita perlu melakukan kegiatan pemasaran agar jenis dan macam jasa pendidikan yang kita lakukan dapat dikenal dan dimengerti secara luas oleh masyarakat, apalagi “pelanggan” kita. Keempat, agar eksistensi lembaga pendidikan yang kita kelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat luas serta “pelanggan” potensial.

Menurut Kotler dan Amstrong menjelaskan pemasaran adalah suatu fungsi organisasi seperangkat proses yang menciptakan suatu sarana untuk mengkomunikasikan, menyampaikan kelebihan dan keunikan kepada pelanggan dan untuk mengelolah kerealisasian pelanggan untuk mencapai benefit bagi suatu organisasi.⁵

Pemasaran dalam dunia pendidikan dapat diartikan sebagai sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan di inginkan melalui penciptaan (*creation*) penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh.⁶

⁵ Jamal Ma'ruf Asmani, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah* (Yogyakarta: Diva Press, 2015) hal 18.

⁶ *Ibid*,,,,hal 19

Ada komponen kunci yang dapat dijadikan bahan analisis untuk memahami konsep pemasaran pendidikan, yaitu konsep pasar. Pasar merupakan tempat bertransaksi berbagai komoditas yang dihasilkan produsen dengan yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan konsumen. Pemasaran adalah proses transaksional untuk meningkatkan harapan, keinginan dan kebutuhan calon konsumen sehingga calon konsumen menjadi terangsang untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan mengeluarkan imbalan yang disepakati.⁷

Di lembaga pendidikan pemasaran bertujuan untuk memberi informasi kepada masyarakat tentang produk sekolah, meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat tentang produk sekolah, membedakan produk sekolah dengan produk sekolah lainnya, memberi penekanan nilai lebih yang diterima masyarakat atas produk yang ditawarkan, dan menstabilkan eksistensi serta kebermaknaan sekolah di masyarakat.

Peserta didik merupakan salah satu komponen sekolah yang keberadaannya sangat dibutuhkan, terlebih bahwa pelaksanaan kegiatan disekolah, keberadaan peserta didik merupakan subjek sekaligus objek dalam proses transformasi ilmu dan keterampilan. Keberhasilan dalam penyelenggaraan pendidikan akan sangat bergantung dengan perkembangan potensi fisik, kecerdasan intelektual, sosial, emosional dan kejiwaan peserta didik. Hal ini dikarenakan peserta didik merupakan objek dalam transformasi ilmu pengetahuan dan keterampilan-keterampilan. Oleh karena itu keberadaan peserta didik tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan saja, akan tetapi juga merupakan bagian

⁷ TIM DOSEN Administrasi Pendidikan UPI, *Manajemen Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 334.

dalam menciptakan lembaga pendidikan yang bermutu. Sehingga peserta didik dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan potensi yang dimilikinya.

Oleh karena itu untuk mencapai keberhasilan pendidikan perlu dilakukan kegiatan Penerimaan peserta didik baru yang berguna untuk memilih dan menyaring siapa saja calon peserta didik yang terpilih sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. Dengan adanya pemilihan dan penyaringan peserta didik diharapkan mendapat peserta didik yang berkualitas.

Kegiatan penerimaan calon peserta didik diharapkan tidak hanya semata-mata menerima dan menolak peserta didik, tetapi jauh ke depan untuk mengetahui tingkat kecerdasan peserta didik. Dengan kecerdasan tersebut dapat membantu dalam menentukan proses pembinaan dan bahkan untuk dapat menentukan target dan arah pendidikan dimasa depan.⁸

Dari prosedur penerimaan peserta didik yang telah ditetapkan oleh lembaga pendidikan harus mampu mempertimbangkan kondisi-kondisi yang dibutuhkan dalam rangka kemajuan lembaga pendidikan tersebut. Karena bagaimanapun prosedur tersebut perlu dimiliki oleh sebuah lembaga pendidikan agar mempunyai daya saing dengan lembaga pendidikan islam.⁹

Pencapaian keberhasilan pendidikan perlu dilakukan kegiatan penerimaan peserta didik baru yang berguna untuk memilih dan menyaring siapa saja calon peserta didik

⁸ Petrus Trimantara, Sekolah Unggul: Antara Kenyataan dan Impian. *Jurnal Pendidikan Penabur*. Volume 6. Nomor 8, Juni 2007.

⁹ A. Ubadillah, *Recrutmen Peserta Didik dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan*. Volume Nomor Tahun 07.

yang terpilih sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. Dengan adanya pemilihan dan penyaringan peserta didik diharapkan mendapatkan peserta didik yang berkualitas.

Madrasah Tsanawiyah Darul Falah adalah madrasah yang berada di Desa Bendiljati kulon, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung yang lokasinya dekat dengan kantor balai desa bendiljati kulon dan merupakan salah satu lembaga pendidikan swasta yang di bawah naungan yayasan pondok pesantren serta sekolahan yang penulis pilih untuk dikaji manajemen pemasarannya.

Hal ini di latar belakang hasil wawancara penulis dengan Waka Humas (hubungan masyarakat dan sekolah) Madrasah Tsanawiyah Darul Falah yaitu Ibu Nurul Hidayah, beliau mengatakan manajemen pemasaran merupakan langkah yang dilakukan mulai dari perencanaan maupun mencapai tujuan yang diinginkan, dalam pelaksanaan pemasaran beliau mengartikan sebagai enterpreunership yaitu usaha, tetapi usaha disini bukan sebagai bisnis melainkan usaha untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Pemasaran sangatlah perlu dan penting dilakukan agar para pelanggan/ konsumen mengetahui serta paham terkait produk yang ditawarkan, baik dari segi keunggulan serta prestasi-prestasi yang di dapat oleh lembaga sekolag Madrasah Tsanawiyah Darul Falah. Adanya manajemen pemasaran ini berfungsi menjadikan input jumlah peserta didik yang berminat untuk sekolah di Madrasah Tsanawiyah Darul Falah semakin meningkat dari tahun ke tahun.¹⁰

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Nurul Hidayah, Waka Hubungan Masyarakat dan Sekolah Bendiljati Kulon Sumbergempol Pada tanggal 27 September pukul 10:20.

Salah satu bukti peningkatan dalam pengelolaan manajemen pemasaran pendidikan dalam rekrutmen peserta didik baru di Madrasah Tsanawiyah Darul Falah terbukti dari data yang dimiliki dari tahun ke tahun berikut tabelnya.¹¹

Tabel 1.1

Data Jumlah Pendaftar Peserta Didik Baru Madrasah Tsanawiyah Darul Falah Bendiljati Kulon Sumbergempol Tulungagung

No	Tahun Pelajaran	Jumlah Pendaftar
1	2014/2015	240
2	2015/2016	296
3	2016/2017	349
4	2018/2019	410
5	2020/2021	590

Data diatas disajikan untuk mengetahui bahwa di Madrasah Tsanawiyah Darul Falah mengalami peningkatan jumlah pendaftar peserta didik baru yang akan ditempatkan di kelas 1, terbukti dapat diketahui bahwa jumlah peserta didik baru Madrasah Tsanawiyah Darul Falah mulai dari pendaftar awal dan yang diterima sejak tahun pelajaran 2014/2015 sampai 2020/2021 mengalami peningkatan.

¹¹ Dokumen MTs Darul Falah Bendiljati Kulon di kutip pada tanggal 03 November 2019.

Berdasarkan kenyataan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Recrutmen Peserta Didik Baru Study Kasus di Madrasah Tsanawiyah Darul Falah Bendiljati Kulon Tulungagung”

B. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Perencanaan Pemasaran Pendidikan dalam Recrutmen Peserta Didik Baru di MTs Darul Falah Bendiljati Kulon Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan dalam Recrutmen Peserta Didik Baru di Madrasah Tsanawiyah Darul Falah Bendiljati Kulon Sumbergempol Kabupaten Tulungagung?
3. Bagaimana Pengawasan Pemasaran Pendidikan dalam Recrutmen Peserta Didik Baru di Madrasah Tsanawiyah Darul Falah Bendiljati Kulon Sumbergempol Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian perlu adanya tujuan yang berfungsi sebagai acuan pokok terhadap masalah yang diteliti, sehingga peneliti akan bekerja lebih terarah dalam penelitian. Berdasarkan fokus penelitian tersebut maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis Perencanaan Pemasaran dalam Recruitmen Peserta Didik Baru di Madrasah Tsanawiyah Darul Falah Bendiljati Kulon Sumbergempol Kabupaten Tulungagung.

2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis Pengorganisasian Pemasaran dalam Recruitmen Peserta Didik Baru di Madrasah Tsanawiyah Darul Falah Bendiljati Kulon Sumbergempol Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis Pengawasan Pemasaran dalam Recruitmen Peserta Didik Baru di Madrasah Tsanawiyah Darul Falah Bendiljati Kulon Sumbergempol Kabupaten Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti maka diharapkan penelitian ini akan memberikan kegunaan dan manfaat bagi pembaca semua baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai manajemen pemasaran dalam recruitmen peserta didik bagi pengelola lembaga-lembaga pendidikan pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dan memperkaya khasanah penelitian dikalangan peneliti.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Kepala dan Waka Humas Madrasah Tsanawiyah Darul Falah Bendiljati Kulon Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai masukan Kepala Madrasah Tsanawiyah Darul Falah Bendiljati Kulon Sumbergempol Kabupaten Tulungagung.

b. Bagi peneliti yang akan datang

Bagi para peneliti yang akan datang, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi para peneliti terkait untuk melakukan penelitian lebih lanjut khususnya dalam manajemen pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru.

E. Penegasan Istilah

Agar para pembaca mempunyai persepsi, penafsiran dan pemahaman yang sama terhadap tema skripsi ini, maka dirasa perlu memaparkan penegasan istilah sebagai berikut:

1. Secara konseptual

a. Manajemen Pemasaran

Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.¹²

Pemasaran adalah aktivitas yang memfasilitasi dan memperlancar suatu hubungan pertukaran yang saling memuaskan melalui penciptaan, pendistribusian, promosi dan penentuan harga dari barang, jasa dan ide.

Manajemen pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat pencitraan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai.

¹² Malayu Hasibuan, “*Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*” (Jakarta: Bumi Aksara, 2005) hal 2

b. Recruitmen Peserta Didik

Recruitmen peserta didik adalah proses mencari atau mendorong, mendapatkan dan menyaring atau menentukan peserta didik yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan atau persyaratan-persyaratan untuk masuk pada jenjang pendidikan tertentu.

2. Secara operasional

Manajemen pemasaran dalam rekrutmen peserta didik di MTs Darul Falah Bendiljati Kulon Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Pemasaran di direalisasikan dalam bentuk mengidentifikasi pasar, segmentasi pasar, diferensi produk, dan komunikasi pemasaran. Alat yang digunakan lembaga untuk mencapai tujuan dari manajemen pemasaran melalui marketing mixs diantaranya produk yang ditawarkan dipasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, biaya operasional yang terjangkau, tempat atau lokasi yang strategis, tenaga pendidik yang berkompetensi, sarana dan prasarana yang memadai, kurikulum dan pelayanan yang baik.

Sedangkan dalam rekrutmen peserta didik pada hakikatnya proses pencarian, menentukan peserta didik yang nantinya menjadi peserta didik di lembaga pendidikan tersebut. Pada proses pencarian dan pemikatan calon peserta didik untuk mendaftar sebagai calon peserta didik baru disuatu lembaga pendidikan tentu melalui tahapan-tahapan yang dilakukan oleh sekolah, secara kolektif. Dalam rekrutmen peserta didik baru, lembaga harus menentukan tujuan lembaga pendidikan. menentukan kriteria peserta didik, estimasi jumlah rombongan belajar

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar pembahasan lebih mudah, terarah dan sistematis, maka dalam skripsi ini penulis klasifikasikan kedalam enam bab, dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bagian Awal Skripsi

Bagian pendahuluan skripsi yang berisi tentang halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, pra kata, halaman daftar isi, halaman tabel, halaman daftar lampiran, halaman abstrak.

2. Bagian Utama Skripsi

Pada bagian ini terdiri dari enam bab, yang masing-masing disusun dalam sistematika sebagai berikut:

BAB I: Berisi pendahuluan yang di dalamnya memuat konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II: Berisi kajian pustaka yang membahas tinjauan tentang Pola Rekrutmen Peserta Didik, Peningkatan Mutu Pendidikan, Pola Rekrutmen peserta didik dalam meningkatkan mutu pendidikan, Penelitian Terdahulu, dan Paradigma Penelitian.

BAB III : Berisi metode penelitian yang membahas rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV: Paparan hasil penelitian, terdiri dari deskripsi data dan temuan penelitian.

BAB V: Pembahasan berisi mengenai keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya.

BAB VI: Merupakan bab terakhir yang memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan harus mencerminkan makna temuan-temuan. Sedangkan saran berdasarkan temuan dan pendapat penulis.

3. Akhir Skripsi

Pada bagian ini memuat uraian tentang daftar rujukan yang memuat bahan-bahan rujukan, lampiran-lampiran yang berisi keterangan-keterangan yang dipandang penting untuk skripsi, dan daftar riwayat hidup.