

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara agraris, dimana sebagian besar wilayahnya merupakan daratan. Sebagai Negara yang subur dan memiliki Sumber Daya Alam (SDA) yang baik sangat berpotensi untuk terus meningkatkan pertanian baik secara nasional maupun internasional. Pertanian merupakan mata pencaharian dari sebagian besar penduduk Indonesia, khususnya masyarakat pedesaan. Sektor pertanian mempunyai peranan sangat penting dalam perekonomian nasional maupun regional, antara lain ditunjukkan dengan banyaknya penyerapan tenaga kerja yang hidup dan bekerja pada sektor pertanian, serta sebagai sumber mata pencaharian penting bagi masyarakat pedesaan. Menurut Haryanti et al, tingkat pendapatan secara umum dipengaruhi oleh beberapa komponen yaitu: jumlah produksi, harga jual, dan biaya-biaya yang dikeluarkan petani dalam usaha pertaniannya.<sup>1</sup> Selain itu, Nurjihadi menyebutkan bahwa pendapatan petani juga disebabkan oleh beberapa faktor sosiologis lainnya seperti status atau posisi tawar petani dalam pasar, akses dan sumber permodalan, serta aspek kelembagaan petani.<sup>2</sup> Pembangunan sektor pertanian harus diarahkan pada sistem bisnis dan industri, karena

---

<sup>1</sup> Gintara AdiPrima, dkk, "Kemiskinan Struktural Pendapatan Padi Di Desa Cilapar Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga", *Jurnal Ekonomi regional*, Vol. 07, No.25, 2017, hal.105

<sup>2</sup> Gintara AdiPrima, dkk, "Kemiskinan Struktural Pendapatan Padi Di Desa Cilapar Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga...", hal.106

akan mampu meningkatkan nilai tambah sektor pertanian. Prospek pengembangan bisnis dan industri ke depan sangat baik yaitu didukung oleh kondisi geografis dan lokasi yang strategis, dapat dilihat dari jumlah atau tenaga kerja yang bekerja di sektor pertanian maupun dari produk yang dihasilkan dibidang pertanian.<sup>3</sup> Aspek yang dipikirkan dalam memberikan kontribusi positif pengembangan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Indonesia adalah kegiatan berbasis pertanian. Perkembangan peradaban ekonomi dunia dibagi menjadi 4 gelombang. Pertama perekonomian yang didominasi oleh kegiatan yang berbasis pertanian, kedua industri, ketiga teknologi informasi dan keempat ekonomi kreatif. Dari empat gelombang tersebut industri pertanian merupakan pondasi utama, namun pada saat ini jika hanya mengandalkan sektor pertanian atau sumber daya alam perekonomian tidak dapat berjalan dengan sempurna.

Komoditas pangan merupakan kebutuhan yang paling mendasar dan pokok bagi suatu bangsa, termasuk Indonesia sehingga pangan dapat dikatakan sebagai kebutuhan hak asasi setiap manusia. Ketahanan pangan merupakan pilar utama sekaligus benteng terakhir ketahanan sebuah negara. Pangan merupakan kebutuhan dasar bagi kelangsungan hidup manusia. Oleh karena itu, memenuhi kebutuhan dengan masyarakat setiap saat merupakan hak asasi manusia. Di antara berbagai makanan (makanan pokok) nasi merupakan salah satu makanan paling strategis di Indonesia.

---

<sup>3</sup> Mutiara Ekasari, Skripsi “ *Perencanaan Pengembangan Sektor Pertanian dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Kabupaten Temanggung*”, (Semarang : Universitas Negeri Semarang, 2011), hal.2

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan mengatur bahwa dalam rangka mencapai ketahanan pangan, pemerintah harus mengatur, membudidayakan, mengontrol, dan mengawasi secara cukup, bermutu dan aman, bergizi, beraneka ragam, dan merata serta daya beli yang terjangkau. Tersedianya pangan tergantung pada produksi, perdagangan, bantuan atau hibah. Dari berbagai aspek tersebut jaminan tersedianya pangan disuatu daerah juga tergantung pada struktur dan mekanisme pasar dan distribusinya.<sup>4</sup> Arsyad, mengatakan dengan adanya kemajuan yang telah dicapai sektor pertanian sebagai tanaman pangan, maka pembangunan sektor industri yang didukung oleh sektor pertanian juga semakin maju.<sup>5</sup>

Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi padi maupun beras, yaitu selain untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri, perkembangan padi maupun beras juga berpeluang untuk mengisi pasar ekspor terutama karena pasar beras dunia yang sangat tipis dengan hanya 5-6% dari produksi beras dunia.<sup>6</sup> Indonesia pernah menjadi negara pengekspor beras di Asia Tenggara dan dapat berswasembada pada saat itu. Beras merupakan salah satu kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pertumbuhan ekonomi pedesaan naik pada saat Indonesia berhasil berswasembada beras. Hal ini terjadi karena produktivitas

---

<sup>4</sup> Henny Rosmawati, "Analisis Surplus dan Distribusi Pemasaran Beras Produksi Petani Kecamatan Buay Madang Kabupaten OKU Timur", *Jurnal AgronobiS*, Vol. 1, No. 1, Maret 2009, hal. 99-100

<sup>5</sup> Mutiara Ekasari, Skripsi "Perencanaan Pengembangan Sektor Pertanian dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Kabupaten Temanggung", (Semarang : Universitas Negeri Semarang, 2011), hal. 2

<sup>6</sup> Shofia Nurul Hakim, dkk, "Strategi Pengembangan Rantai Pasok Berbasis Sistem Kendali Internal pada Produksi Beras Organik", *Jurnal Manajemen IKM* Vol. 13 No. 2 September 2018, hal. 144

pemasaran padi di Indonesia mengalami peningkatan. Beras merupakan salah satu komoditas penting, karena merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang tidak dapat tergantikan, sehingga perkembangan beras di Indonesia ke depan tetap memiliki posisi strategis dalam aspek ekonomi, sosial dan politik.

Upaya pemerintah Indonesia untuk mencapai keberhasilan dalam kegiatan perekonomian tidak terlepas dari adanya peran masyarakat, salah satunya dengan pembentukan kelompok petani. Kelompok petani menjadi salah satu penggerak dalam mendukung terciptanya lingkungan dan suasana kondusif didaerahnya. Strategi sangatlah dibutuhkan dalam dunia perusahaan, jika didalam perusahaan tidak terdapat adanya strategi maka usaha tersebut tidak akan berjalan dengan baik. Terdapat faktor yang mempengaruhi strategi yaitu faktor internal dan eksternal sebuah perusahaan. Salah satu strategi adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan strategi yang sangat penting dari sebuah perusahaan. Kesuksesan dari sebuah usaha tidak lepas dari aktivitas pemasaran. Fungsi utama suatu perusahaan adalah menjalankan strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah rencana untuk memilih dan menganalisis sasaran pasar serta mengembangkan dan memelihara kegiatan pemasaran dalam memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>7</sup>

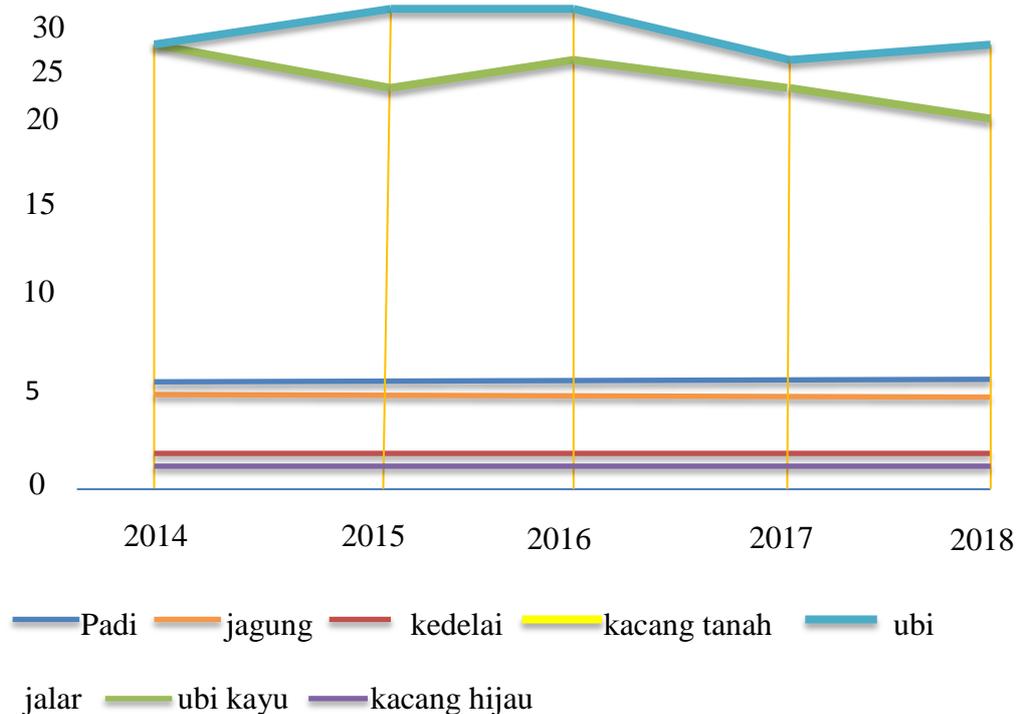
Strategi pemasaran merupakan segala upaya untuk mencapai ketetapan antara perusahaan dengan lingkungannya. Implementasi dari

---

<sup>7</sup> Roliyanto Ali, Skripsi: "Strategi Pemasaran Telur Dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada Peternakan Ayam Ras Petelur Di Desa Tilangobuwa Kecamatan Suwawa Timur Kabupaten Bone Bulango", (Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo, 2018), hal. 1

strategi adalah untuk mencari solusi atas permasalahan yang menjadi dua pertimbangan utama yaitu bisnis perusahaan pada saat ini dan bisnis usaha dimasa yang akan datang, serta bagaimana bisnis yang dipilih dapat berhasil dijalankan dalam persaingan lingkungan yang kompetitif menurut produk, prespektif harga, promosi, distribusi (pemasaran), dalam melayani sasaran pasar.<sup>8</sup>

**Grafik 1.1**  
**Produktivitas Tanaman Pangan Menurut Jenis Tanaman Pangan di**  
**Provinsi Jawa Timur Tahun 2014- 2018 (Ton/Ha)**



Sumber: Badan Pusat Statistika Provinsi Jawa Timur

Jawa Timur adalah salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pertanian padi. Produktivitas tanaman pangan menurut

<sup>8</sup> Andre Kurniawan dan Ratih Indriyani, "Strategi Pemasaran Pada CV. Mega Lestari Plasindo Sidoarjo", *Jurnal Agora*, Vol. 4, No. 1, 2016. hal. 559

jenis tanaman pangan menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur berikut ini:

Pada 5 tahun terakhir produktivitas padi mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak menentu, produktivitas tertinggi pada tahun 2015 sebesar 6,11 ton per hektar sedangkan penurunan terjadi pada tahun 2017 sebesar 2,27 ton per hektar. Dari data Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Timur luas panen, produktivitas, dan produksi padi di Provinsi Jawa Timur Pada Tahun 2018 menurut Kabupaten dan Kota luas panen sebanyak 1. 878.700Ha dengan produktivitas sebanyak 57,63 Kw/Ha dan produksi sebanyak 10.537.922 Ton. Hasil data produktivitas padi setara beras menurut Kabupaten / Kota di Provinsi Jawa Timur Tahun 2014- 2018 menurut Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan sebanyak 10.537.922 Ton produksi GKG dengan produksi beras sebanyak 60.534.7 Ton.

Tulungagung adalah salah satu Kabupaten di Jawa Timur dan memiliki hasil pertanian yang melimpah, bahkan sebagian besar mata pencaharian masyarakat Tulungagung adalah sebagai petani. Banyak usaha-usaha di Tulungagung dalam bidang pertanian. Beberapa unit usaha produksi beras di Kabupaten Tulungagung menurut Badan Pusat Statistika sebagai berikut ini:<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> BPS Tulungagung, di akses tanggal 1 November 2020, pukul 10.19 WIB

**Tabel 1.1**  
**Usaha Produksi Beras Di Kabupaten Tulungagung**

| <b>No.</b> | <b>Usaha</b>         | <b>Alamat</b>                                       |
|------------|----------------------|---|
| 1.         | UD Sukron Jaya       | Desa Betak Kecamatan Kalidawir                      |
| 2.         | CV Trisula Maju Jaya | Desa Pagersari Kecamatan Kalidawir                  |
| 3.         | UD Padi Mulya        | Desa Srikaton Kecamatan Ngantru                     |
| 4.         | UD Sanjaya           | Desa Pajaran, Jl.Krajan Bendungan Kecamatan Gondang |

Sumber: BPS Tulungagung

Produksi padi dan harga eceran beras di Kabupaten Tulungagung menurut Badan Pusat Statistik adalah sebagai berikut: <sup>10</sup>

**Tabel 1.2**  
**Produksi Padi dan Harga Eceran Beras Di Kabupaten Tulungagung**

| <b>Tahun</b> | <b>Hasil Produksi (Ton)</b> | <b>Harga Eceran Beras</b> |
|--------------|-----------------------------|---------------------------|
| 2017         | 329.832,07                  | Rp.5.027                  |
| 2018         | 329.832,07                  | Rp.5.027                  |

Sumber: BPS Tulungagung

Dari tabel diatas diperoleh data bahwa pada tahun 2017 mengalami penurunan produksi dengan peningkatan harga sebesar 329.832,07 Ton dengan harga produsen Rp.5.027 per Kg. Sementara ditahun 2018 produksi padi sbesar 329.832,07 Ton dengan harga Rp.5.027. Dengan Jumlah seluruh Luas lahan sawah dikabupaten Tulungagung sebesar 27,616 Ha. Adanya dorongan dalam memproduksi beras dikarenakan

---

<sup>10</sup> BPS Tulungagung, di akses tanggal 27 Maret 2020, pukul 10.19 WIB

permintaan yang terus meningkat, bahkan Kementerian Pertanian meningkatkan produksi produksi pada tahun 2009 GKG Negara meningkat menjadi 64 juta ton.<sup>11</sup> Mengingat potensi yang ada dibidang pertanian begitu besar maka pengembangan dibidang tersebut perlu ditingkatkan.

Kecamatan Kalidawir merupakan salah satu kecamatan di Tulungagung sebagai penghasil padi yang sangat berlimpah. Kecamatan Kalidawir merupakan kecamatan yang sebagian besar masyarakatnya bekerja pada bidang pertanian, terutama pada bidang pertanian padi. Menurut Badan Pusat Statistika produksi padi Kecamatan Kalidawir menurut jenis padi pada tahun 2017 sebagai berikut:<sup>12</sup>

**Tabel 1.3**  
**Produksi Padi Kecamatan Kalidawir Pada Tahun 2017 Menurut Jenis Padi**

| Kecamatan | Padi Sawah     |               |                | Padi Gogo       |               |                |
|-----------|----------------|---------------|----------------|-----------------|---------------|----------------|
|           | Luas panen(Ha) | Hasil (Kw/Ha) | Produksi (Ton) | Luas Panen (Ha) | Hasil (Kw/Ha) | Produksi (Ton) |
| Kalidawir | 3.920          | 60.77         | 23,821.84      | 9               | 42.21         | 37.99          |

Sumber : BPS Tulungagung

Dari sektor inilah masyarakat memperoleh pendapatan, Beberapa masalah yang sering terjadi dalam pertanian di kecamatan Kalidawir salah satunya adalah bagaimana menjual hasil panen atau bagaimana cara memasarkannya mengingat hasil panen yang masih dalam keadaan bahan

<sup>11</sup> Ridwan Thahir,” Revitalisasi Penggilingan Padi Melalui Inovasi Penyosohan Mendukung Swasembada Beras dan Persaingan Global”, *Jurnal Pengembangan Inovasi Pertanian* 3(3), 2010, hal. 171-183

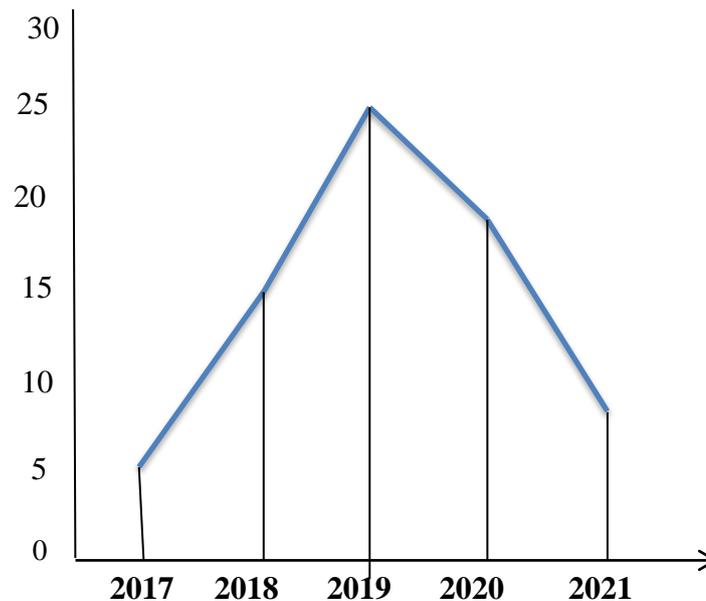
<sup>12</sup> BPS Tulungagung, di akses tanggal 27 Maret 2020, pukul 10.19 WIB

mentah (gabah) yang mana tidak semua petani mempunyai penggilingan padi sendiri dan merk pada penjualan hasil pertanian. Di Kecamatan Kalidawir terdapat beberapa bidang usaha baik dari sektor pemasaran, produksi hasil pertanian padi, salah satunya adalah CV Trisula Maju Jaya. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang mengelola hasil pertanian padi.

CV Trisula Maju Jaya berdiri pada tahun 2017. CV ini didirikan oleh Bapak Munir. CV Trisula Maju Jaya juga memproduksi padi menjadi beras yang kemudian didistribusikan ke konsumen melalui distributor, biasanya CV Trisula Maju Jaya juga melakukan pemasaran langsung. Konsumen bisa langsung membeli beras kepada produsen tanpa melewati distributor (membeli ditempat). Selain memasarkan perusahaan ini juga menampung dan memproduksi hasil pertanian dari masyarakat sekitar. CV Trisula Maju Jaya juga mengepul gabah dari para petani yang ada di desa lain. CV Trisula Maju Jaya juga memasarkan hasil produksi beras ke toko-toko yang ada di Tulungagung. Merk produk dari CV Trisula Maju Jaya yaitu “Beras Super TMJ Cap Bader Mas”.

**Grafik 1.2**

**Berikut ini Perkembangan Penjualan Produk (Beras) CV.  
Trisula Maju Jaya dari Tahun 2017-2021**



Sumber: CV Trisula Maju Jaya

Dilihat dari grafik perkembangan pemasaran produk CV.Trisula Maju Jaya meningkat pada tahun 2019 dan mengalami penurunan pada tahun 2020 sampai 2021. Dari segi kualitas hasil produksi dari CV. Trisula Maju Jaya tidak mengalami perubahan, akan tetapi penurunan hasil produksi disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu: 1). Adanya pandemi covid-19 dan bantuan subsidi dari pemerintah berupa PKH (Program Keluarga Harapan) yang berwujud sembako. Adanya bantuan tersebut mengakibatkan faktor permintaan dari masyarakat yang biasanya membeli beras menjadi menurun. 2). Kurangnya dukungan dari pihak internal (CV.

Trisula Maju Jaya) seperti SDM yang rendah dan pihak eksternal (Pemerintah) seperti legalitas (kerjasama) 3). Minimnya alat transportasi untuk distribusi keluar kota juga menjadi salah satu faktor yang menghambat jalannya pendistribusian. CV. Trisula Maju Jaya mampu menjadi pengepul hasil panen para petani lokal dan juga menerima jasa penggilingan gabah dari distributor lain. Dari banyaknya usaha yang sejenis (distributor beras), CV. Trisula Maju Jaya juga menggunakan strategi pemasaran *marketing mix* 4P dalam pemasaran produksi. Pemasaran tidak hanya ditujukan untuk mempertahankan konsumen lama tetapi juga untuk mendapatkan konsumen baru sehingga pemasaran terhadap produksi beras semakin meningkat. Strategi 4p digunakan karena berbagai pertimbangan antara lain: cakupan usaha yang belum begitu besar dan berdasarkan kebutuhan perusahaan. Selain itu, perusahaan CV Trisula Maju Jaya merupakan usaha yang bergerak dibidang perdagangan sehingga penerapan strategi 4p sudah cukup.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Strategi Pemasaran (*Marketing Mix*) Produk Beras Cap Bader Mas (Studi Di CV. Trisula Maju Jaya Desa Pagersari Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)”. Mengingat salah satu potensi yang memiliki kontribusi dalam bidang pertanian.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang ada di atas maka peneliti menentukan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana penentuan produk (*product*) dalam strategi pemasaran CV Trisula Maju Jaya ?
2. Bagaimana penetapan harga (*price*) dalam strategi pemasaran CV Trisula Maju Jaya ?
3. Bagaimana penentuan tempat (*place*) dalam strategi pemasaran CV Trisula Maju Jaya ?
4. Bagaimana penentuan promosi (*promotion*) dalam strategi pemasaran CV Trisula Maju Jaya ?
5. Bagaimana kendala dan solusi Strategi Pemasaran pada CV Trisula Maju Jaya Dalam Meningkatkan volume penjualan Produk Beras?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk Mendiskripsikan penentuan produk (*product*) dalam strategi pemasaran CV Trisula Maju Jaya
2. Untuk Mendiskripsikan penetapan harga (*price*) dalam strategi pemasaran CV Trisula Maju Jaya
3. Untuk Mendiskripsikan penentuan tempat (*place*) dalam strategi pemasaran CV Trisula Maju Jaya

4. Untuk Mendiskripsikan penentuan promosi (*promotion*) dalam strategi pemasaran CV Trisula Maju Jaya
5. Untuk Mendiskripsikan kendala dan solusi Strategi Pemasaran (pada CV Trisula Maju Jaya Dalam Meningkatkan volume penjualan Produk Beras

#### **D. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat lebih mendalam, terfokus dan lebih sempurna maka penulis melihat permasalahan yang diangkat perlu diatasi. Oleh karena itu penulis membatasi penelitian ini pada variabel-variabel yang akan diteliti agar dapat mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran pada CV Trisula Maju Jaya.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan agar memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis.

##### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan agar dapat menjadi media pembelajaran mengenai bagaimana penerapan Strategi Pemasaran CV. Trisula Maju Jaya.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi CV Trisula Maju Jaya

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat yang relevan dan menghasilkan referensi yang dapat dilaksanakan untuk penerapan strategi pemasaran CV Trisula Maju

Jaya dalam meningkatkan volume penjualan produk beras Cap Bader Mas.

b. Bagi Akademik

Manfaat hasil penelitian ini bagi akademik UIN Tulungagung dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa dijadikan informasi dan referensi serta sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang dapat digunakan dalam penelitian maupun topik-topik yang di bahas mengenai Strategi Pemasaran (*Marketing Mix*) Produksi Beras Cap Bader Mas (Studi CV. Trisula Maju Jaya Desa Pagersari Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung) .

c. Bagi Peneliti Lanjutan

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dan bahan bagi penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan mengenai penerapan Strategi Pemasaran (*Marketing Mix*) .

## **F. Penegasan Istilah**

### 1. Strategi pemasaran

Strategi merupakan cara seseorang dalam usaha agar tercapainya sebuah tujuan. Dengan adanya strategi maka pelaku usaha dapat mencapai tujuannya dengan tepat. Dalam menyusun strategi diperlukan pertimbangan-pertimbangan yang sangat matang agar strategi tersebut tidak melenceng dari tujuan yang akan dituju. Marketing atau biasanya disebut dengan pemasaran merupakan

kegiatan mempromosikan atau memperkenalkan hasil produksi dari suatu perusahaan. Promosi dilakukan agar masyarakat atau konsumen mengenal produk yang dipasarkan sehingga wilayah pemasaran produk tersebut meluas.

## 2. Bauran pemasaran

Bauran pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang antara satu sama lainnya, keberhasilan dari suatu perusahaan dibidang pemasaran didukung keberhasilan dalam memilih suatu produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik dan promosi yang efektif.

## 3. Produksi

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa, yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Secara teknis produksi adalah proses mentransformasi input menjadi output. Definisi produksi dalam pandangan ilmu ekonomi jauh lebih luas karena produksi mencakup tujuan kegiatan menghasilkan output beserta karakter-karakter yang melekat padanya. Fungsi produksi adalah hubungan teknis antara input dengan output.<sup>13</sup>

## **G. Sistematika Penulisan**

Didalam sistematika penelitian akan membahas bab-bab yang berisi mengenai konsep penelitian skripsi. Sistematika penelitian ini dibentuk dalam mempermudah penyusunan proposal skripsi. Maka dari itu

---

<sup>13</sup> Vinna Sri Yunarti, *Ekonomi Mikro Syariah*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2016), hal.

perlu penyusunan sistematika penelitian. Sesuai dengan pokok bahasan yang diangkat peneliti, maka tersusunlah sub bab seperti dibawah ini:

**1. BAB 1                   PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah, Manfaat Penelitian dan Penegasan Istilah.

**2. BAB II                 LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi landasan teori yang akan dijadikan pengamatan dalam membahas obyek-obyek penelitian. Selain hal itu didalam penelitian ini membahas penelitian terdahulu sebagai acuan dan perbandingan dalam penelitian yang akan datang.

**3. BAB III               METODE PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti membahas tentang jenis penelitian, teknik analisis data, sumber data, obyek dari penelitian, subyek penelitian, metode pengumpulan data, dan metode penelitian yang digunakan.

**4. BAB IV               HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti menjelaskan hasil penelitian yang akan membahas tentang deskripsi pada obyek

penelitian yang akan menghasilkan temuan penelitian.

## **5. BAB V**

### **HASIL PEMBAHASAN**

Dalam bab ini peneliti akan membahas tentang pembahasan hasil temuan penelitian dan hasil analisis data penelitian.

## **6. BAB VI**

### **PENUTUP**

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dan dari hasil penelitian, serta bagian akhir terdapat daftar rujukan.