

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan meningkatnya kapasitas ekonomi Indonesia, jumlah jemaah haji Indonesia dari waktu ke waktu semakin meningkat. Demikian disampaikan Direktorat Jenderal (Dirjen) Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama (Kemenag), Anggito Abimanyu dalam berita online. “Pemerintah akan terus berupaya memperpendek masa tunggu karena semakin lama akan memberikan ketidakpastian dalam berbagai hal. Daftar tunggu terlama ada di Kalsel dan Sulsel yaitu 15 tahun, sedangkan untuk tingkat kabupaten di Wajo, yakni 19 tahun. Semakin panjang daftarnya Semakin tinggi daftar tunggu jemaah haji asal Indonesia, Kementerian Agama (Kemenag) berencana mensosialisasikan kewajiban menunaikan haji sekali seumur hidup.

Di era revolusi industri 4.0 ini banyak bisnis-bisnis baru yang bermunculan dengan beragam macam dan jenis produk yang ditawarkan. Bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok dengan memberikan penawaran berupa barang serta jasa guna mendapatkan keuntungan dalam sebuah sistem ekonomi.² Bisnis secara luas dapat diartikan sebagai aktifitasn serta institusi yang menghasilkan barang juga jasa guna memuaskan kebutuhan konsumen.³

² Hadion Wijoyo, et. al., *Pengantar Bisnis*, (Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri, 2021), hal. 1.

³ *Ibid.*, hal. 1.

Namun, motif mencari keuntungan sering kali menjadikan seseorang untuk bertindak sesuatu yang dapat merugikan orang lain. Tindakan seorang pembisnis yang serakah selain dapat merugikan orang lain bahkan alam pun juga akan banyak kerusakan. Dalam ajaran Islam segala bentuk aktivitas manusia memiliki aturan-aturan yang harus dipatuhi, termasuk dalam aspek berbisnis.

Islam mengajarkan mengenai apa yang boleh dan apa yang tidak boleh atau dilarang dalam tata cara berbisnis. Islam tidak membiarkan seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala macam cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ruang lingkup bisnis.⁴

Pemasaran merupakan suatu aktivitas yang bersifat teratur dan perencanaannya, yang baik dilakukan oleh pemilik ataupun semua masyarakat di seluruh negeri guna dilakukan untuk semua aspek kehidupan. Sedangkan itu, pemasaran yang dilakukan oleh pemilik bisnis merupakan kegiatan yang

⁴ Fitri Amalia, "*Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Perilaku Usaha Kecil*", *Al- Iqtishad*, Vol VI no. 1, 2014. hal. 134.

sistematis dan bersifat teratur mulai dari penelitian tentang apa yang diinginkan konsumen, kemudian dilakukan kegiatan penjualan serta mempromosikan kepada konsumen dengan harga yang telah direncanakan sebelumnya.⁵

Haji merupakan kegiatan ibadah yang dilakukan dengan mengunjungi baitullah (Ka'bah) dengan tujuan melakukan berbagai amalan seperti: wukuf, mabit, melontarkan jamrah, thawaf, sa'i, dan amalan-amalan lainnya pada waktu tertentu untuk memenuhi panggilan Allah SWT, dengan mengharapkan ridha nya.⁶ Haji adalah salah satu ibadah yang paling istimewa. Haji adalah ibadah fisik dan harta. Seorang muslim yang menunaikan ibadah haji tentunya harus mempersiapkan fisik dan hartanya. Oleh karena itu, Allah tidak mewajibkan haji kecuali bagi yang mampu. Arti kata mampu adalah memiliki harta dan kendaraan.

Agama Islam bertugas mendidik dzahir manusia, mensucikan jiwa manusia, dan membebaskan diri manusia dari hawa nafsu. Dengan ibadah yang tulus ikhlas dan aqidah yang murni sesuai kehendak Allah, insya Allah akan menjadi orang yang beruntung. Ibadah dalam agama Islam banyak macamnya. Haji dan umroh adalah salah satunya. Haji merupakan rukun iman yang kelima setelah syahadat, sholat, zakat, dan puasa. Ibadah haji adalah ibadah yang baik karena tidak hanya menahan hawa nafsu dan menggunakan tenaga dalam mengerjakannya, namun juga semangat dan harta.⁷

⁵ Hadion Wijoyo, dkk, *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*, (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), hal. 8.

⁶ H. Abbas Jumaidi, *Ibadah haji (Proses Perjalanan, Pelaksanaan dan keutamaan tempat dan ritual)*, (Malang: MNC Publishing, 2018), hal 7.

⁷ Muhammad Noor, Haji dan Umrah, *Jurnal Humaniora dan Teknologi*, Vol 4 No 1, 2018, hal. 38.

Rukun Islam yang terakhir adalah naik haji ke Baitullah. Maksudnya adalah berkunjung ke tanah suci (Baitullah) untuk melaksanakan serangkaian amal ibadah sesuai dengan syarat, rukun, dan waktu yang telah ditentukan. Ibadah haji ditentukan kepada muslim yang mampu. Pengertian mampu atau kuasa yaitu mempunyai bekal yang cukup untuk pergi dan bekal bagi keluarga yang ditinggalkannya.⁸

Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia yang seharusnya menerapkan aturan-aturan dalam Islam dalam setiap aspek kehidupannya, termasuk dalam aspek perekonomian. Banyak peluang usaha yang bisa dijalankan di Indonesia salah satunya yaitu usaha dibidang Jasa. Dengan melihat banyaknya penduduk muslim di Indonesia dan antusias mereka untuk melakukan ibadah haji maupun umroh, hal tersebut membuka peluang usaha dibidang jasa perjalanan atau Travel umroh dan haji khusus bagi sebagian orang.

Ibadah haji merupakan salah satu ibadah yang istimewa bagi setiap umat muslim di dunia. Melaksanakan ibadah haji setidaknya sekali seumur hidup bagi para umat muslim yang mampu secara fisik maupun finansial. Ibadah haji bertempat di tanah suci Makkah pada waktu tertentu yaitu dimulai dari bulan syawal sampai sepuluh hari pertama bulan Dzulhijjah. Selain ibadah haji yang dilakukan di Makkah, adapun ibadah umroh yang dapat ditunaikan oleh seoran muslim. Umroh ialah berkunjung ke Baitullah (Makkah) yang dilakukan oleh umat Islam di seluruh dunia yang dapat dilaksanakan sewaktu-waktu dengan tujuan mendapat ridha Allah SWT.

⁸ *Ibid.*, hal. 38.

Umumnya di Indonesia, ketika seseorang hendak menjalankan ibadah haji maupun umroh, mereka menggunakan perusahaan yang menyediakan jasa perjalanan umroh dan haji khusus. Sedangkan untuk haji reguler, maka masyarakat mendaftarkan diri di instansi pemerintahan yaitu di Kementerian Agama Republik Indonesia. Laju pertumbuhan jamaah haji dan umroh dari Indonesia bisa dikatakan positif, sehingga hal tersebut membuka peluang bisnis dalam bidang penyediaan jasa perjalanan umroh dan haji khusus. Perusahaan Travel umroh dan haji khusus ini merupakan perusahaan jasa yang menawarkan pelayanan kepada umat muslim yang ingin melaksanakan perjalanan ke Baitullah baik itu umroh maupun haji khusus. Adapun pelayanan atau fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan Travel perjalanan umroh dan haji khusus seperti pelatihan manasik umroh dan haji, transportasi, *tour guide*, pengurusan dokumen-dokumen calon jamaah, hotel, dan lain sebagainya.

Di Indonesia saat ini telah banyak perusahaan Travel umroh dan haji khusus, maka hal tersebut akan menjadi sebuah tantangan untuk setiap perusahaan karena mereka akan menghadapi persaingan bisnis. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menciptakan sesuatu yang lebih kreatif inovatif dan bernilai lebih dibanding yang dilakukan pesaing. Sayangnya, masih banyak pelaku bisnis yang menghalalkan segala macam cara tanpa memedulikan hak orang lain bahkan terkesan merugikan orang lain. Persaingan sangat penting bagi keberhasilan dan kegagalan suatu perusahaan, sehingga perusahaan harus lebih cermat membaca serta mengantisipasi keadaan pasar dan menciptakan produk serta layanan yang berkualitas.

Agar ibadah haji dan umroh dapat berjalan dengan baik dan sempurna sehingga bisa mendapatkan ibadah yang mabrur, tentunya membutuhkan sebuah pelayanan dan pembimbing ibadah haji dan umroh agar dapat memudahkan jamaah dalam melaksanakan ibadahnya. Maka dari itu sangat dibutuhkan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang haji dan umoh. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam pelayanan haji dan umrah adalah PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* Tulungagung. yang beralamat di JL. Ahmad Yani Timur Gang. 05 Nomor. 05 Kampungdalem, Kecamatan. Tulungagung, Kabupaten. Tulungagung, Jawa Timur 66212..

Untuk meningkatkan daya tarik masyarakat PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* Tulungagung memberikan pilihan paket umroh untuk masyarakat yaitu, promo murah *request* dengan harga Rp. 26.500.000 (bayar 10 berangkat 11), promo *special request* dengan harga Rp. 29.000.000 (bayar 6 berangkat 7), dan promo *best request* Rp. 32.000.000 (bayar 5 berangkat 6). Paket tersebut berlaku hanya untuk jangka waktu 1 tahun.

Dalam menjalankan perusahaannya PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* Tulungagung menghadapi berbagai macam masalah dalam melakukan pemasaran, permasalahan tersebut yaitu banyaknya persaingan-persaingan dalam biro jasa yang sama menjadi sebuah permasalahan penting yang dihadapi oleh perusahaan dalam meningkatkan daya tarik masyarakat. Maka perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan yang bergerak dalam biro perjalanan yang sama, menjalankan daya saing ini sangat diperlukan manajemen pemasaran yang baik sehingga dapat menarik minat konsumen.

Agar strategi pemasaran terarah dan tercapai dengan efektif, suatu perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran dengan teori *Marketing Mix* atau bauran pemasaran, yaitu kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. *Marketing mix* atau bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Berbagai kemungkinan ini dapat dikelompokkan menjadi empat variabel yang disebut dengan 4P yaitu: *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi).⁹

Produk (*product*) merupakan keseluruhan dari barang maupun sesuatu yang tidak berwujud dan ditawarkan pada konsumen dengan harapan memperoleh perhatian public hingga dibeli dan digunakan maupun dikonsumsi sehingga dapat melengkapi kebutuhan konsumen. Produk juga memiliki urgensi penting dengan memberikan kebutuhan yang bersifat operasional bagi kelengkapan kebutuhan masyarakat meski beberapa pesaing telah bermunculan. PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* dalam menerapkan strategi menentukan produk selalu melakukan riset pasar terlebih dahulu. Hal ini bertujuan agar produk yang dijual di PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* bisa diterima oleh masyarakat sekitar. Dengan begini maka akan dapat mempercepat penjualan di PT. Menara Kamilah *Tour and Travel*. Strategi

⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran 1, Penerjemah Alexander Sindoro, rev.ed.7*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 1997), hal. 48-49.

produk dapat dilakukan mencakup beberapa keputusan, antarlain: merek, kemasan, pemberian label, kualitas, pelayanan dan jaminan.¹⁰

Harga (*price*) didefinisikan sebagai beberapa nominal uang yang harus dibayarkan oleh konsumen ketika membeli suatu produk atau jasa. Nominal uang ini juga dapat ditukar oleh konsumen dengan suatu produk yang memiliki nilai guna serta memiliki manfaat atas kepemilikan produk yang telah digunakan. Fleksibilitas harga ini diakibatkan karena penetapan harga yang harus mempertimbangkan berbagai aspek sehingga dapat mengalami perubahan baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Bauran pemasaran menjadi salah satu indikator utama yang akan menunjang nominal harga yang ditentukan. Harga sebagai salah satu strategi yang dijadikan indikator untuk mengembangkan proses usaha di PT. Menara Kamilah *Tour and Travel*. Harga yang ditawarkan oleh PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* cenderung terjangkau. Hal itu menjadi salah satu acuan bagi PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* untuk menentukan besaran harga pada setiap item produk yang ditawarkan. Adapun langkah langkah dalam pengukuran harga adalah sebagai berikut: 1) keterjangkauan harga, 2) kesesuaian dengan kualitas produk, 3) daya saing harga, 4) kesesuaian harga dengan manfaat.¹¹

Tempat (*place*) saluran pemasaran atau distribusi. Menurut Kotler, Keller, Brady, Goodman, Hansen, Uzeme dan Ohen, Nurseto, dan Kotler dan Armstrong distribusi merupakan tindakan dalam memilih dan mengelola

44. ¹⁰ Asmuni dan Siti Mujiantun, *Bisnis Syariah*, (Medan: Perdana Publishing, 2013). hal.

¹¹ *Ibid.*, hal. 47

saluran pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan kumpulan perusahaan atau individu-individu yang membantu dalam pendistribusian produk atau jasa dalam melayani pasar sasaran yang akan mengakibatkan pemenuhan kebutuhan dapat dilakukan oleh konsumen sesuai dengan kehendaknya dan kemampuannya. Dari peristiwa tersebut dapat dipahami bahwa dalam menetapkan alur distribusi membutuhkan kinerja produsen yang dapat memperhatikan dan mempertimbangkan saluran distribusi yang tepat (*distribution mix*). Penentuan lokasi PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* ini berada di daerah kota, tepatnya di Jl. A. Yani Timur V No. 5 Kampungdalem Tulungagung. Kelebihan yang dimiliki oleh lokasi PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* ini adalah target pasar mereka adalah kalangan masyarakat mulai dari kalangan bawah menengah hingga atas yang memang banyak tersebar luas di Kabupaten Tulungagung. Saluran distribusi tersebut meliputi daya jangkau hingga lokasi, persediaan maupun transportasi dan sistem saluran.

Strategi promosi (*promotion*) suatu kegiatan perusahaan untuk mengenalkan dan mengkomunikasikan produk pada pasar sasaran, dalam hal kegiatan promosi yang dilakukan lokasi PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* dengan menggunakan sosial media seperti facebook, instagram, whatsapp. Promosi (*promotion*) merupakan aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Promosi bisa dilakukan dengan berbagai cara bisa melalui media sosial media, maupun dari mulut kemulut.¹²

¹² *Ibid.*, hal. 52.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* Tulungagung menggunakan sebuah program untuk melibatkan masyarakat luas seperti ketua masjid, ketua musholla, ketua majlis ta'lim, pimpinan pondok pesantren, melakukan kerja sama dengan berbagai macam pihak, melakukan pemasaran di berbagai tempat atau event-event tertentu.

Menghadapi persaingan biro perjalanan umroh, pihak dari perusahaan PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* Tulungagung menerapkan konsep strategi pemasaran yang benar-benar memahami tentang manajemen yang kuat dan dapat memudahkan persaingan dalam meningkatkan daya tarik masyarakat. Penerapan strategi pemasaran menjadi kunci penting suatu keberhasilan dari sebuah perusahaan dalam meningkatkan daya tarik masyarakat.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana penerapan strategi pemasaran pada perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Penulis memilih PT. Menara Kamilah Travel umroh dan haji Tulungagung yang mana perusahaan ini menawarkan jasa perjalanan umroh dan haji khusus. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian ilmiah yang berjudul **Strategi Pemasaran Travel Haji dan Umrah di Kabupaten Tulungagung (Studi Kasus pada PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* Tulungagung)**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan pada Travel haji dan umrah PT. Menara Kamilah ?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran yang dihadapi oleh Travel haji dan umrah PT. Menara Kamilah ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang digunakan pada Travel haji dan umrah PT. Menara Kamilah.
2. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran yang dihadapi oleh Travel haji dan umrah PT. Menara Kamilah.

D. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini mendapatkan hasil yang mendalam dan terfokus dengan permasalahan penelitian, maka penulis membatasi diri melakukan penelitian yang hanya berkaitan dengan “strategi pemasaran yang digunakan pada Travel haji dan umrah PT. Menara Kamilah.”

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan beberapa manfaat, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan konsep dan kajian yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran yang digunakan pada Travel haji dan umrah. Penelitian ini juga dapat dijadikan wawasan dan juga bahan pertimbangan serta referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, wawasan, dan dapat memberi tambahan referensi atau perbendaharaan kepustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

b. Bagi Travel Haji dan Umrah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi biro umrah agar lebih mengoptimalkan strategi pemasaran yang digunakan pada Travel haji dan umrah yang sesuai dalam kegiatan bisnis .

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengalaman berharga, guna memperluas pengetahuan, dan meningkatkan kualitas

diri serta menyumbangkan karya bagi masyarakat tentang strategi pemasaran yang digunakan pada Travel haji dan umrah PT. Menara Kamilah.

F. Penegasan Istilah

Agar pembaca mendapatkan pemahaman yang sama mengenai konsep yang terkandung dalam judul “Strategi Pemasaran Travel Haji dan Umrah di Kabupaten Tulungagung (Studi Kasus pada PT. Menara Kamilah *Tour and Travel* Tulungagung)” maka penulis perlu memaparkan penegasan istilah secara konseptual maupun operasional sebagaimana berikut :

a. Strategi

Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.¹³

b. Pemasaran

Pemasaran merupakan sebuah proses sosial dan manajerial yang digunakan individu, rumah tangga ataupun organisasi untuk memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara menciptakan dan melakukan

¹³ Siti Aminah Chaniago, (2014), Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat, *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 12 No. 1, hal. 87.

pertukaran produk dan nilai kepada pihak lain. Dapat disimpulkan jika pemasaran memiliki tujuan guna pemenuhan kebutuhan dan keinginan individu ataupun organisasi.¹⁴

c. Haji dan Umrah

Haji dan umrah merupakan suatu kegiatan rohani yang di dalamnya terdapat pengorbanan, ungkapan rasa syukur, berbuat kebajikan dengan kerelaan hati, melaksanakan perintah Allah, serta mewujudkan pertemuan besar dengan umat Islam lainnya di seluruh dunia. Haji dan Umrah, adalah kewajiban bagi setiap muslim yang berakal dan memiliki kemampuan, namun dari kalangan umum seperti petani, pedagang, pegawai negeri bahkan para pengusaha sukses pun masih ada yang belum mengerti tentang Haji dan Umrah.¹⁵

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini di susun dengan menggunakan uraian yang sistematis untuk memudahkan pengkajian dan pemahaman terhadap masalah yang ada. Berikut sistematika dalam penulisan proposal skripsi:

BAB I Pendahuluan. Pembahasannya meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, identifikasi masalah dan keterbatasan dalam penelitian, manfaat penelitian, dan penegasan istilah.

BAB II Kajian Pustaka. Dalam bab II memuat mengenai tinjauan pustaka atau referensi-referensi yang berhubungan dengan penelitian

¹⁴ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 20.

¹⁵ Muhammad Noor, *Haji dan Umrah ...* hal. 38-39.

penulis. Dengan mengkaji teori terdahulu yang pada akhirnya akan menghasilkan teori baru dari masalah yang telah dikaji.

BAB III Metode Penelitian. Bab ini meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data, validasi hasil, dan tahapan penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian. Pada bab ini membahas mengenai pemaparan data yang disajikan bersama topik yang sama dalam pernyataan yang memuat dalam rumusan masalah dan analisis data. Pemaparan tersebut didapatkan dari hasil wawancara, observasi langsung, serta deskripsi informasi lainnya yang telah disimpulkan oleh peneliti.

BAB V Pembahasan. Bab ini berisi tentang hubungan antara pola, kategori, dan dimensi, lokasi temuan atau teori yang ditemukan dalam teori dari temuan sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan temuan teoritis dari lapangan.

BAB VI Penutup. Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Singkatnya, penjelasan yang diberikan dalam Model Penelitian Kualitatif harus menjadi pusat atau mencerminkan pentingnya hasil dalam menanggapi pertanyaan kesimpulan. Sementara itu, saran dibuat berdasarkan penemuan dan pertimbangan peneliti.