

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Salah satu lembaga keuangan syariah non bank adalah koperasi syariah. Koperasi syariah adalah badan usaha yang bergerak pada bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah). Tujuan koperasi syariah untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat secara umum serta turut membangun tatanan perekonomian yang berkeadilan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Sejarah koperasi syariah di Indonesia secara historis oleh model koperasi yang berbasis nilai Islam di Indonesia yaitu Sarikat Dagang Islam (SDI). Lahirnya Koperasi Indonesia dilandasi oleh Keputusan Menteri (Kepmen) Koperasi dan UKM Republik Indonesia Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tanggal 10 September 2004 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Keputusan Menteri ini memfasilitasi berdirinya koperasi syariah menjadi koperasi jasa keuangan syariah atau unit jasa keuangan syariah yang dapat membantu Koperasi Serba Usaha di Indonesia Memiliki Unit jasa keuangan.

KSU Syariah Muhammadiyah Blitar menjunjung tinggi nilai-nilai syariah dalam mekanisme operasionalnya. Koperasi ini sangat kuat pendiriannya untuk tidak berhubungan dengan bunga. Sehingga operasional tidak terkait dengan tingkat suku bunga. KSU Syariah Muhammadiyah Blitar menggunakan Sistem

Bagi Hasil. Produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan prinsip syariah dengan menggunakan Al-qur'an, As-Sunnah, dan Fatwa DSN sebagai landasannya.

KSU Syariah Muhammadiyah berdiri tanggal 09 Oktober 2008 dan disahkan oleh Menteri Negara Koperasi dan UKM RI dan Walikota Blitar. KSU Syariah Muhammadiyah Blitar saat ini memiliki mitra dalam pembiayaan sebanyak 292. Sebagian besar mitra kerja menggunakan produk pembiayaan jasa sejumlah 205. Rincian produk yang digunakan yaitu Rahn berjumlah 101 mitra, *Line Facility* untuk UMKM berjumlah 53 mitra dan untuk Peningkatan Kualitas Peningkatan (PKP) berjumlah 51 mitra. Sisanya menggunakan produk lain yang terdapat di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar. Tingkat pembiayaan bermasalah di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar tergolong rendah dengan persentase di bawah $< 10\%$. Pada laporan akhir tahun 2015 tertera tingkat NPF (*Non Performing Finance*) sebesar 8,67%. Dengan rincian kurang lancar 1,76%, diragukan 2,25%, dan macet 4,66%.

Pada KSU Syariah Muhammadiyah Blitar terdapat produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* yang merupakan produk pengembangan dari produk-produk pada perbankan syariah.¹ Produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* merupakan salah satu produk pembiayaan yang ada di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar. Produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* masih jarang ditemukan dalam lembaga keuangan mikro syariah. Sehingga pembahasan tentang produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* belum

¹ *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* adalah fasilitas plafon pembiayaan bergulir dalam jangka waktu tertentu dengan ketentuan yang disepakati dan mengikat secara moral. Sumber informasi brosur produk Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar.

terkaji secara gamblang. Namun produk ini telah sah sebagai produk yang sesuai dengan prinsip syariah dengan dikeluarkannya Fatwa DSN. *Line Facility* atau *at-tashilat as-saqfiyah* adalah fasilitas plafon pembiayaan bergulir dalam jangka waktu tertentu dengan ketentuan yang disepakati dan mengikat secara moral.²

Pembiayaan *Line facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* dapat digunakan dengan berbagai macam akad seperti murabahah, musyarakah, mudharabah maupun ijarah. Di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar dalam prakteknya *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* dilakukan berdasarkan wa'ad. Menurut keterangan dari pihak koperasi bahwa pembiayaan yang dilakukan tidak sesuai dengan akad ijarah, murabahah, musyarakah, dan mudharabah. Oleh sebab itu, pembiayaan ini berdasarkan wa'd dan pada Fatwa DSN No. 45/DSN-MUI/II/2005 termuat dalam ketentuan akad poin pertama.³ Produk *Line facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar digunakan untuk pembiayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan untuk pembiayaan Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP).

Pada bank besar seperti Bank Muamalat Indonesia terdapat produk Pembiayaan Anggota Koperasi. Produk Pembiayaan Anggota Koperasi yaitu pembiayaan yang diperuntukkan untuk pembelian konsumtif kepada karyawan/guru/PNS melalui koperasi. Pengurus atas nama koperasi bersedia menjadi avalist penuh atas pembiayaan yang disalurkan kepada anggota.⁴

² Fatwa DSN No. 45/DSN-MUI/II/2005

³ Hasil wawancara dengan manajer KSU Syariah Muhammadiyah Blitar 01 Agustus 2016

⁴ <http://www.bankmuamalat.co.id/produk/pembiayaan-anggota-koperasi#.VovRPvmUfXR>, diakses tanggal 05 Januari 2016. Pukul 21:25 WIB

Secara umum mekanisme antara *Line Facility* untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan Pembiayaan Anggota Koperasi hampir sama. Perbedaan antara *Line Facility* untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan Pembiayaan Anggota Koperasi yaitu *Line Facility* untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menggunakan dasar wa'd. Sedangkan pada Pembiayaan Anggota Koperasi menggunakan akad mudharabah dan murabahah.

Produk *Line facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) merupakan produk pembiayaan yang ditujukan untuk masyarakat kota Blitar untuk menciptakan rumah layak huni.⁵ Produk ini ada sejak tahun 2009 setelah mendapatkan dana dari pemerintah Kota Blitar. Menurut keterangan dari pihak koperasi, yang memperoleh dana tersebut ada dua koperasi, namun yang masih terus berjalan yaitu KSU Syariah Muhammadiyah Blitar. Produk *Line facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) hampir sama dengan produk perbankan syariah seperti KPR. Pada Bank Muamalat terdapat produk KPR Muamalat iB. KPR Muamalat iB yaitu produk pembiayaan yang akan membantu nasabah untuk memiliki rumah (*ready stok/bekas*), apartemen, ruko, rukan, kios maupun pengalihan *take-over* KPR dari bank lain, Pembiayaan Rumah *Indent*, pembangunan dan renovasi.⁶ Perbedaan antara produk *Line*

⁵ *Line facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) adalah *Line Facility* yang kegunaannya untuk membiayai masyarakat kota Blitar untuk menciptakan rumah layak huni. Hasil Wawancara dengan karyawan Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar.

⁶ http://www.bankmuamalat.co.id/produk/kpr-muamalat-ib#.VovRQ_mUfXR, diakses tanggal 05 Januari 2016 Pukul 13.40 WIB

facility (At-Tashilat As-Saqfiyah) untuk Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) dengan produk KPR Muamalat iB yaitu KPR Muamalat iB adalah dana yang digunakan lembaga keuangan berasal dari pihak yang berbeda. Dana yang digunakan *Line facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) berasal dari dana Hibah Pemerintah Provinsi Jawa Timur melalui Pemerintah Kota Blitar sebab antara pihak koperasi dan pemerintahan memiliki kerja sama yang bertujuan menciptakan rumah layak huni. Sedangkan produk KPR Muamalat iB yaitu berasal dari dana bank sendiri atau hasil penghimpunan dana yang diperoleh bank.

Tabel. 1.1
Persentase Rumah Tangga (Ruta) menurut Kualitas Perumahan (%) 2011-2014

Uraian	2011	2012	2013	2014
1. Persentase ruta yang menempati rumah milik sendiri	81,45	77,19	80,77	79,07
2. Persentase ruta yang lantainya bukan tanah	99,58	98,87	99,35	99,14
3. Persentase ruta yang atapnya beton/genteng	98,53	99,09	97,49	97,58
4. Persentase ruta yang dinding terluasnya tembok	96,62	98,26	97,64	97,58

Sumber : BPS kota Blitar. www.blitarkota.bps.go.id

Dari data tabel 1.1 dan tabel 1.2 dapat dilihat rumah tangga di Kota Blitar yang telah menempati rumah milik sendiri pada tahun 2014 sebanyak 79,07 persen. Sedangkan yang belum menempati rumah milik sendiri sebanyak 20,93 persen. Dari sisi kualitas, di atas 99 persen rumah penduduk Kota Blitar masuk dalam kategori layak huni. Hanya 0,65 persen saja yang kondisi lantai rumahnya masih berupa tanah. Kelayakan sanitasi rumah dipengaruhi oleh

kemudahan akses air bersih dan fasilitas buang air besar. Akses air bersih terutama untuk keperluan air minum sehari-hari, sebanyak 97,74 persen. Masyarakat telah menggunakan air berasal dari sumber yang memenuhi standart kesehatan seperti air kemasan, ledeng, sumur bor, sumur pompa, dan sumur terlindung.

Tabel. 1.2
Persentase Rumah Tangga Menurut Kualitas Sanitasi, Sumber Air Minum
Dan Penerangan 2011-2014

Uraian	2011	2012	2013	2014
Fasilitas tempat buang air besar				
♦ Ada	96,32	97,28	95,77	97,59
♦ Tidak ada	3,68	2,72	4,23	2,12
Sumber air minum				
♦ Air kemasan	14,76	21,17	20,64	23,85
♦ Leding	4,53	2,92	3,67	5,88
♦ Pompa	15,19	10,04	13,45	24,26
♦ Sumur terlindung	59,30	62,58	62,06	43,74
♦ Lainnya	6,22	3,28	0,17	2,26
Sumber penerangan				
♦ Listrik PLN	99,54	100,00	97,69	100,00
♦ Bukan listrik	0,46	0,00	2,31	0,00

Sumber : BPS kota Blitar. www.blitarkota.bps.go.id

Tabel. 1.3
Industri Kecil Menengah Menurut Sub Sektor 2014

No	Sub Sektor	Jumlah Perusahaan
1.	Industri Makanan, Minuman, dan Tembakau	943
2.	Industri Tekstil, Pakaian Jadi, dan Kulit	363
3.	Industri Kayu, Bambu, dan Peralatan Rumah Tangga	308
4.	Industri Kertas dan Barang-Barang dari Kertas, Percetakan, dan Penerbitan.	54
5	Industri Barang dari Logam, Mesin, dan Peralatannya	284
6	Industri Pengolahan lainnya	158
Jumlah keseluruhan		2110

Sumber : BPS kota Blitar. www.blitarkota.bps.go.id

Tabel 1.3 menunjukkan jumlah industri kecil menengah yang ada di kota blitar. Tercatat bahwa jumlah keseluruhan industri kecil menengah pada tahun

2014 secara keseluruhan berjumlah 2110. Jumlah tersebut berdasarkan industri kecil menengah menurut sub sektor. Data yang dipaparkan di atas baik dari tabel 1.3 dapat digunakan untuk mengidentifikasi peluang produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Dari kondisi Kota Blitar dapat digunakan untuk menganalisis strategi pemasaran yang digunakan oleh KSU Syariah Muhammadiyah Blitar. Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu perusahaan memperoleh laba dan penjualan yang banyak. Maka KSU Syariah Muhammadiyah Blitar juga memerlukan strategi pemasaran untuk mencapai tujuannya. Dengan melihat kondisi kota Blitar tersebut dapat digunakan untuk melihat produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk UMKM dan untuk PKP memiliki peluang seberapa besar dapat menembus pasar. Sejauh ini jumlah dana yang pernah tersalurkan ditampilkan pada tabel 1.4. dari tabel tersebut terlihat minat masyarakat terhadap produk tersebut positif. Perkembangan yang dari praktek pembiayaan *line facility* berjalan dinamis.

Tabel 1.4
Realisasi Pembiayaan *Line Facility*

Tahun	Realisasi LF		Realisasi PKP	
	Mitra	Dana	Mitra	Dana
2012	214	Rp 451.500.000,00	30	Rp 132.000.000,00
2013	234	Rp 524.900.000,00	25	Rp 110.000.000,00
2014	208	Rp 454.500.000,00	72	Rp 118.800.000,00
2015	71	Rp 197.000.000,00	25	Rp 110.000.000,00

Dari uraian tersebut maka penulis akan membahas tentang analisis strategi pemasaran dengan menggunakan teknik SWOT.⁷ Teknik SWOT merupakan salah satu alat untuk merencanakan suatu strategi, salah satunya untuk strategi pemasaran. SWOT terdiri dari empat suku kata yaitu *Strenghts*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*. Jika diterjemahkan dalam bahasa Indonesia berarti Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman. Analisis ini mengidentifikasi dari berbagai aspek baik internal maupun eksternal dari KSU Syariah Muhammadiyah Blitar. Tujuan digunakannya analisis SWOT ini dimaksudkan untuk menetapkan strategi yang paling efektif yang digunakan KSU Syariah Muhammadiyah Blitar dalam memasarkan produk *Line Facility*. Dengan judul **“Analisis SWOT Strategi Pemasaran *Line Facility* (*At-Tashilat As-Saqfiyah*) untuk Usaha Mikro Kecil Menengah dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar”**.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan batasan masalah pada penelitian kualitatif. Dari uraian konteks penelitian, maka pada penelitian ini rumusan masalah yang merupakan fokus tersebut adalah:

1. Bagaimanakah penerapan strategi pemasaran yang digunakan untuk produk *Line Facility* (*At-Tashilat As-Saqfiyah*) untuk Usaha Mikro Kecil Menengah

⁷ SWOT adalah alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan strategi menurut John A. Pearce II dan Richard B. Robinson.

dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar?

2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kegiatan strategi pemasaran produk *Line Facility (At-Tashilat As-SaqfiyahI)* untuk Usaha Mikro Kecil Menengah dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar?
3. Dengan menggunakan model analisis SWOT, strategi pemasaran manakah yang paling tepat digunakan oleh KSU Syariah Muhammadiyah Blitar guna memasarkan produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Usaha Mikro Kecil Menengah dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan konteks penelitian dan fokus penelitian, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran yang digunakan pada produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar.
2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran pada produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar.
3. Untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan memasarkan produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Usaha

Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar.

D. Kegunaan Penelitian

Disusunnya skripsi ini tidak hanya untuk memenuhi kewajiban untuk kelulusan, tetapi juga memiliki sederet manfaat. Manfaat penelitian ini untuk pengembangan suatu bidang keilmuan secara praktis maupun teoritis. Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi lembaga keuangan, diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk memperbaiki kinerja dan efisiensi operasional dalam menentukan strategi pemasaran produk-produk yang ada dalam lembaga tersebut.
2. Bagi pembaca akademisi, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dibidang perbankan dan lembaga keuangan syariah berkaitan dengan strategi pemasaran produk-produk Lembaga Keuangan Syariah.
3. Bagi peneliti yang akan datang, diharapkan untuk bisa menyempurnakan hasil penelitian ini dengan metode penelitian lain dan menemukan permasalahan yang lebih spesifik yang belum terkaji dalam penelitian ini.

E. Penegasan Istilah

Dengan Judul “Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk *Line Facility* (*At-Tashilat As-Saqfiyah*) untuk Usaha Mikro Kecil Menengah dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar”, penegasan istilahnya meliputi:

1. Penegasan Konseptual

Kata **Analisis** dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu proses pencarian jalan keluar (pemecahan masalah) yang berangkat dari dugaan akan kebenarannya; penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.⁸ Analisis merupakan dalam akuntansi, penentuan komposisi barang, pos perkiraan, atau jumlah adalah berdasarkan asalnya, khususnya dalam *auditing* berarti pemeriksaan kembali yang dituangkan dalam kertas karya secara terperinci dengan disertai keterangan yang jelas.⁹

SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan strategi. SWOT merupakan singkatan dari *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman).¹⁰

Strategi adalah taktik, ilmu menggunakan sumber daya manusia untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam berperang.¹¹ Strategi diartikan sebagai rencana skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan.¹²

⁸ Umi Chulsum dan Windy Novia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Yoshiko, 2006), hal. 43

⁹ Diadumi Darmawa, et. all, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1984), hal. 10

¹⁰ Fred R. David, *Manajemen Strategis*, terj. Dono Sunardi, (Jakarta ; Salemba Empat, 2010), Hal. 327

¹¹ Umi Chulsum dan Windy Novia, *Kamus Besar Bahasa...*, hal. 631

¹² John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, *Manajemen Strategis*, (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013), hal. 4

Pengertian **Pemasaran** yaitu proses, cara, dan perbuatan memasarkan barang dan jasa.¹³ Pemasaran didefinisikan sebagai suatu serangkaian kegiatan termasuk periklanan, penjualan, hubungan masyarakat, promosi penjualan, direct mail, penentuan harga, riset pasar, dan sebagainya.¹⁴

Produk Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah) adalah fasilitas plafon pembiayaan bergulir dalam jangka waktu tertentu dengan ketentuan yang disepakati dan mengikat secara moral. dalam mekanisme produk ini diperlukan adanya wa'ad yang dibuat oleh lembaga keuangan syariah dengan mitra kerja.¹⁵

UMKM adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.¹⁶

Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) merupakan suatu program dalam rangka menciptakan tata ruang daerah yang baik dengan upaya meningkatkan rumah layak huni. Dengan meningkatkan rumah layak huni pemukiman kumuh akan berkurang dan daerah terbebas dari berbagai bencana alam maupun penyakit.¹⁷

¹³ Umi Chulsum dan Windy Novia, *Kamus Besar Bahasa...*, hal. 512

¹⁴ P. R. Smith, *Great Answer to Thought Marketing Question*, (Jakarta: ERLAANGGA, 2001), hal. 10

¹⁵ Fatwa DSN No. 45/DSN-MUI/II/2005

¹⁶ UU RI No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM

¹⁷ Hasil Wawancara dengan karyawan Koperasi Syariah Muhammadiyah Biltar.

2. Penegasan Operasional

Dari penegasan istilah yang telah diuraikan di atas maka penegasan operasional dari judul Judul “Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar” yaitu menyelidiki peristiwa yang sebenarnya secara jelas dan terperinci. Konteks yang diteliti yaitu taktik atau rencana jangka panjang dalam menjalankan kegiatan pemasaran produk *Line Facility*. Dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang mungkin dihadapi dalam memasarkan produk Yaitu serangkaian kegiatan termasuk periklanan, penjualan, hubungan masyarakat, promosi penjualan, dan sebagainya terhadap produk yang dimiliki kepada konsumen. Produk yang ditawarkan yaitu *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* diperuntukan untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP). Penelitian tersebut dilakukan di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar.

F. Sistematika Penulisan

Pada laporan penelitian ini akan disusun secara sistematis agar mudah dipahami. Adapun rincian sistematika penulisan terdiri dari enam bab, dimana setiap bab memiliki pembahasan yang berbeda sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan. Bab ini menjelaskan isi pendahuluan yang terdiri dari Konteks Penelitian, Fokus Penelitian, Tujuan

Penelitian, Kegunaan Penelitian, Penegasan Istilah, dan Sistematika Penulisan.

- BAB II : Kajian Pustaka. Bab ini menjelaskan tentang Diskripsi Teori, Penelitian Terdahulu, Dan Paradigma Penelitian. Kajian Pustaka pada penelitian membahas teori Pemasaran dan Strategi Pemasaran.
- BAB III : Metode Penelitian. Yaitu merupakan pembahasan teknik yang dipakai untuk melakukan penelitian. Bab ini terdiri dari Rancangan Penelitian, Kehadiran Peneliti, Lokasi Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Analisa Data, Pengecekan Keabsahan Temuan, dan Tahap-Tahap Penelitian.
- BAB IV : Hasil Penelitian. Hasil Penelitian ini berisi tentang penjabaran hasil-hasil temuan dan data yang ditemukan saat melakukan penelitian. Bab ini terdiri atas Diskripsi Data, Temuan Penelitian, Dan Analisis Data.
- BAB V ; Pembahasan. Pembahasan merupakan penjabaran hasil temuan secara lebih dalam dan dikaitkan dengan teori yang disajikan dalam Bab II.
- BAB VI : Penutup. Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas pada BAB V. Bab Penutup terdiri dari kesimpulan dan saran. Saran ditujukan untuk akademisi dan lembaga.