

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Baitul Maal Wat Tamwil atau biasa disebut dengan BMT merupakan salah satu lembaga keuangan mikro yang menggunakan prinsip-prinsip syariah. Menurut pendapat Mu'alim dan Abidin BMT adalah sebuah organisasi ekonomi yang difokuskan dalam pengembangan kerja sama dan investasi yang bertujuan untuk mengembangkan usaha mikro dan juga untuk mengentaskan kemiskinan melalui sistem bagi hasil.¹

BMT dinilai sebagai salah satu lembaga keuangan mikro yang cukup efektif untuk memutus mata rantai kemiskinan karena fokus konsentrasi dari BMT ini adalah pemberdayaan usaha mikro. Sehingga BMT ini bisa disebut sebagai lembaga keuangan mikro yang sangat ideal untuk memutus rantai kemiskinan dengan mengusung nilai-nilai berbasis ajaran agama yang disesuaikan dengan tradisi dan budaya lokal.²

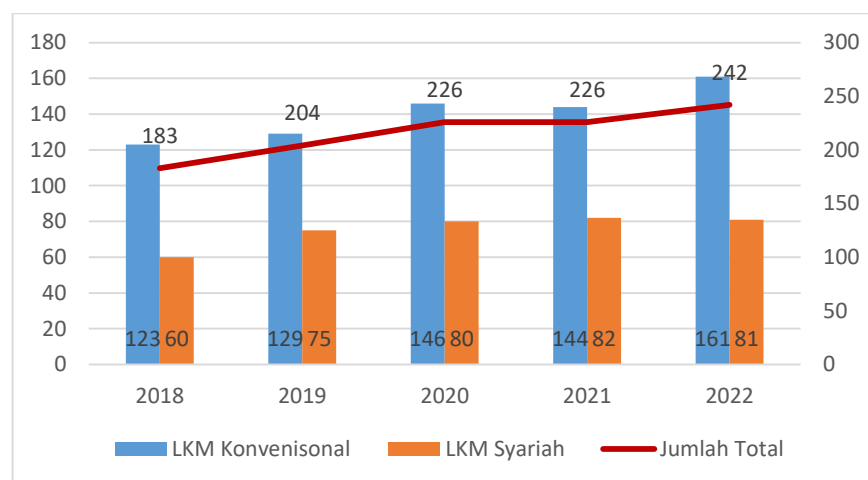
Jumlah total seluruh penduduk Indonesia ada sekitar 265 juta, dimana 40% masuk kategori masyarakat kelas menengah, dan 20% nya lagi adalah masyarakat dengan kategori kelas bawah, dan 9,66% atau sekitar 25,67 juta penduduk masuk sebagai kategori penduduk miskin. Dengan melihat angka tersebut maka Indonesia sangat memerlukan pengembangan ekonomi umat yang sesuai dengan mayoritas penduduk Indonesia, yaitu melalui Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

¹ Shochrul Rohmatul Ajjija, *Koperasi BMT Teori, Aplikasi Dan Inovasi* (Karanganyar: Inti Media Komunika, 2018), 10.

² *Ibid.*, hal. 11

(KUMKM) dan optimalisasi dana sosial Islam. Hal inilah yang kemudian menjadi salah satu alasan BMT sangat relevan dan mudah diterima oleh masyarakat Indonesia. Pertumbuhan BMT pun juga cukup baik hal ini terbukti bahwa sampai saat ini ada sekitar 4.500 unit BMT yang berdiri di Indonesia.³

Tabel 1.1
Jumlah Pelaku Usaha Lembaga Keuangan Mikro
Berdasarkan Jenis Kegiatan Usaha (miliar rupiah) Tahun 2018-2022



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2022

Lembaga Keuangan Mikro (LKM) merupakan lembaga keuangan yang dibentuk sebagai upaya untuk mendorong pemberdayaan masyarakat. Terutama masyarakat dengan penghasilan menengah ke bawah dan juga Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dilihat dari data grafik diatas, maka bisa disimpulkan bahwa Lembaga Keuangan Mikro syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. Dengan begitu maka persaingan bisnis antar lembaga keuangan juga akan semakin ketat, oleh sebab itu maka Baitul Maal Wat

³ Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), “Sharing Platform Keuangan Mikro Syariah Berbasis Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)” dalam <https://kneks.go.id> diakses 25 Juli 2023

Tamwil yang merupakan salah satu lembaga Keuangan Mikro Syariah harus mampu menciptakan strategi pemasaran terbaik agar mampu mempertahankan eksistensinya dan berkembang lebih baik lagi. BMT juga harus mampu menciptakan strategi pemasaran yang baik agar mampu memenangkan pasar bisnis perbankan dengan menarik nasabah sebanyak-banyaknya. Hal ini sangat diperlukan agar masyarakat dimana individu-individu ataupun kelompok dapat memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran secara bebas produk atau jasa yang bernilai.⁴

Untuk mencapai tujuan tersebut, maka diperlukan strategi yang efektif salah satunya adalah kegiatan promosi. Tantangan terbesar dari proses penyusunan strategi promosi yang kreatif dan penciptaan program promosi dalam bentuk komunikasi yang terpadu tentunya juga memiliki tantangan yang sangat besar. Salah satu tantangannya adalah bagaimana menciptakan strategi promosi yang paling efektif agar mampu menghasilkan dampak yang sangat besar terhadap penjualan.

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan dengan masyarakat luas, yang bertujuan untuk memperkenalkan sesuatu (barang/jasa/merk/perusahaan) kepada masyarakat dan berusaha untuk memengaruhi mereka agar membeli dan menggunakan produk tersebut.⁵ Dengan adanya kegiatan promosi ini diharapkan masyarakat akan lebih mengenal tentang BMT beserta produk-produk yang dimilikinya. Kegiatan promosi ini harus di susun

⁴ Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 5.

⁵ Nur Eli Brahim, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga* (Yogyakarta: Andi 2021), hal. 65.

sebaik mungkin mulai dari perencanaan, pengarahan, pengendalian maupun anggaran yang harus disesuaikan dengan kebijakan yang ada pada setiap BMT tersebut.

Berdasarkan data BPS Provinsi Jawa Timur, jumlah total BMT yang beroperasi di wilayah kota maupun kabupaten Blitar sebanyak sembilan lembaga, yaitu tujuh BMT beroperasi di wilayah Kabupaten Blitar dan dua BMT beroperasi di wilayah kota Blitar. BMT UGT Nusantara capem Kesamben merupakan salah satu BMT yang masih beroperasi hingga saat ini.

BMT UGT Nusantara Capem Kesamben Blitar merupakan satu-satunya BMT yang beroperasi di wilayah Kesamben. Lokasi dari BMT ini pun juga sangat strategis karena berdekatan dengan Pasar Kesamben sehingga BMT ini memiliki peluang yang cukup besar untuk mempromosikan produk-produk BMT kepada para pedagang di Pasar Kesamben. Dengan lokasi yang strategis tersebut, menjadikan BMT UGT Nusantara Capem Kesamben menjadi alternatif untuk membantu para pedagang di Pasar Kesamben dalam hal pembiayaan maupun simpanan.

BMT UGT Sidogiri mulai beroperasi pada tahun 2000. Namun pada bulan Desember 2020 ada perubahan nama menjadi KSPPS BMT UGT Nusantara. BMT UGT Nusantara membuka unit pelayanan anggota di kabupaten/kota yang dinilai potensial. Kantor pusat BMT UGT Nusantara ini berada di Kota Pasuruan. Di wilayah Blitar BMT UGT Nusantara ini memiliki enam kantor cabang, yaitu Kantor Cabang Lodoyo, Kantor Cabang Pembantu Kanigoro, Kantor Cabang Pembantu Sukorejo, Kantor Cabang Pembantu Srengat, Kantor Cabang Pembantu Wlingi, dan Kantor Cabang Pembantu Kesamben. Kantor BMT UGT Nusantara Capem

Kesamben ini berada dilokasi yang sangat strategis yakni berdekatan dengan Pasar Kesamben. Sasaran anggota BMT UGT Nusantara Capem Kesamben ini sebagian besar adalah para pedagang di Pasar Kesamben. Hal ini terbukti dari observasi sederhana yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa pedagang di Pasar Kesamben yang sudah banyak melakukan simpanan dan pembiayaan di BMT UGT Nusantara Capem Kesamben.

Berdasarkan data BPS Provinsi Jawa Timur, dari sekian banyak BMT yang beroperasi di wilayah Jawa Timur, Kabupaten Tulungagung menempati urutan kedua sebagai wilayah yang memiliki banyak BMT yaitu dengan total ada 36 unit BMT yang beroperasi hingga saat ini. Salah satunya adalah BMT Istiqomah Tulungagung yang merupakan salah satu BMT yang memiliki perkembangan yang cukup baik hingga sekarang. BMT ini merupakan BMT tertua di Kota Tulungagung yang berdiri pada tanggal 3 Maret 2001 dan resmi beroperasi pada tanggal 4 Juni 2001. Kantor pusat BMT Istiqomah ini berada di Tulungagung tepatnya di Jalan Dahlia Prayan karangrejo Kec. Karangrejo Kabupaten Tulungagung.

BMT Istiqomah Tulungagung telah beroperasi selama kurang lebih dua puluh tahun dan merupakan salah satu BMT tertua di Kota Tulungagung. Oleh karena itu BMT Istiqomah telah melekat di hati masyarakat Tulungagung, sebagai salah satu lembaga keuangan yang mengawali lahirnya lembaga keuangan syariah di Tulungagung. Bapak Heru selaku *Customer Service* di BMT Istiqomah Tulungagung, menjelaskan bahwa aspek pelayanan di BMT Istiqomah benar-benar

dijaga dan diperhatikan untuk menjaga loyalitas para anggotanya.⁶ Untuk memperluas pelayanannya, BMT Istiqomah juga membuka cabang baru yaitu di Kudusan Plosokandang Kec. Kedungwari Tulungagung. Lokasi BMT ini sangat strategis karena berada di pinggir jalan raya sehingga mudah untuk dijangkau oleh para anggotanya.

Selain keunggulan yang dimiliki oleh masing-masing BMT tersebut, keunggulan lain juga bisa dilihat dari perkembangan jumlah anggota simpanan dan juga anggota pembiayaan di BMT UGT Nusantara Capem Kesamben dan BMT Istiqomah Tulungagung. Berikut ini merupakan data perkembangan jumlah anggota simpanan dan anggota pembiayaan di BMT UGT Nusantara Capem Kesamben dan BMT Istiqomah Tulungagung periode Tahun 2020-2022.

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah Anggota Simpanan dan Anggota
Pembiayaan BMT UGT Nusantara Kesamben Blitar
Tahun 2020-2022

No.	Tahun	Jumlah Anggota Simpanan	Jumlah Anggota Pembiayaan
1	2020	281	386
2	2021	257	406
3	2022	274	363

Sumber: Laporan Pembukuan BMT UGT Nusantara Kesamben 2020-2023⁷

Berdasarkan tabel 1.2 bisa diketahui bahwa pada tahun 2020 terdapat anggota simpanan sebanyak 281 anggota dan anggota pembiayaan ada sebanyak

⁶ Wawancara dengan Bapak Heru selaku *Customer Service* di *BMT Istiqomah Tulungagung*, 31 Agustus 2023

⁷ Wawancara dengan Bapak Nawawi selaku Ketua Cabang BMT UGT Nusantara Kesamben pada tanggal 4 September 2023

386 anggota., tahun 2020 ini merupakan tahun awal munculnya Pandemi COVID-19 . Sedangkan pada Tahun 2021 merupakan puncak terjadinya wabah virus COVID-19 dimana sangat memberikan dampak buruk pada semua sektor yang ada, termasuk sektor ekonomi yang banyak sekali mengalami kerugian, sehingga pada tahun 2021 peminat produk tabungan pun juga ikut menurun menjadi 257 anggota, sedangkan peminat produk pembiayaan justru mengalami kenaikan menjadi 406 anggota. Namun BMT UGT Nusantara capem Kesamben tetap mampu bertahan hingga pada tahun 2022 jumlah anggota simpanan mengalami kenaikan lagi sebanyak 274 anggota sedangkan anggota pembiayaan justru mengalami penurunan lagi menjadi 363 anggota. Salah satu penyebab penurunan ini adalah karena terjadinya musibah kebakaran di Pasar Kesamben.

Tabel. 1.3
Perkembangan Jumlah Anggota Simpanan dan Anggota
Pembiayaan BMT Istiqomah Tulungagung
Tahun 2020-2022

No.	Tahun	Jumlah Anggota Simpanan	Jumlah Anggota Pembiayaan
1	2020	5.701	951
2	2021	5.762	867
3	2022	5.817	809

*Sumber: Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus dan Pengawas 2022
Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT ISTIQOMAH
Tulungagung*

Berdasarkan tabel 1.3 dapat diketahui bahwa perkembangan jumlah anggota simpanan terus mengalami kenaikan setiap tahunnya dari mulai tahun 2020 ada sebanyak 5.701 anggota kemudian tahun 2021 sebanyak 5.762 anggota dan naik lagi pada tahun 2022 menjadi 5.817 anggota. Sedangkan jumlah anggota pembiayaan justru terus mengalami penurunan pada setiap tahunnya dari tahun

2020 terdapat 951 anggota, pada tahun 2021 menurun menjadi 867 anggota dan pada tahun 2022 mengalami penurunan lagi menjadi 809 anggota. Salah satu penyebab penurunan ini adalah semakin banyaknya lembaga keuangan yang beroperasi saat ini diberbagai pelosok daerah sehingga masyarakat cenderung memilih untuk menggunakan lembaga keuangan yang mudah terjangkau dari tempat tinggalnya.⁸

Seperti pembahasan di awal tadi, bahwasanya *Baitul Maal Wat tamwil* merupakan lembaga keuangan yang fokus konsentrasinya adalah pemberdayaan masyarakat kelas menengah ke bawah dan para pelaku usaha mikro. Namun dari tabel 1.2 dan tabel 1.3 bisa diketahui bahwasanya perkembangan jumlah anggota baik simpanan maupun pembiayaan di BMT UGT Nusantara capem Kesamben dan BMT Istiqomah Tulungagung belum mampu meningkat secara konsisten dan bahkan sempat mengalami penurunan walaupun tidak begitu drastis penurunannya. Maka ini merupakan suatu hal yang harus menjadi perhatian khusus dari pihak BMT. Ditambah dengan semakin banyaknya lembaga keuangan yang beroperasi, maka BMT UGT Nusantara capem Kesamben dan BMT Istiqomah Tulungagung harus mampu menciptakan strategi promosi yang tepat agar bisa menghadapi persaingan bisnis yang ada. Tidak hanya persaingan bisnis dengan lembaga keuangan syariah saja namun juga dengan lembaga keuangan konvensional juga.

Pada penelitian (Muhammad Alvin Hidayatullah dan faruq Ahmad Futaqi) masih memiliki keterbatasan yakni fokus dari penelitian ini adalah bagaimana

⁸ Wawancara dengan Bapak Heru sebagai *Customer Service* di BMT Istiqomah Tulungagung, 31 Agustus 2023

analisis strategi promosi *personal selling* pada *Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*.⁹ Sehingga diperlukan penelitian yang lebih luas lagi untuk membahas bagaimana strategi promosi produk BMT yang akan dijelaskan lebih rinci lagi dalam penelitian sekarang ini.

Penelitian oleh (Fadel Andhika Zulmi) dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Murabahah pada BMT Al-FATH Ikmi Cabang Legoso”¹⁰ masih perlu untuk dilakukan pengembangan lebih luas lagi dengan tidak hanya fokus pada produk BMT tertentu saja. Oleh karena itu, peneliti akan melanjutkan melakukan penelitian bagaimana strategi promosi seluruh produk BMT dalam meningkatkan jumlah nasabah pada perbankan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**STRATEGI PROMOSI PRODUK *BAITUL MAAL WAT TAMWIL* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH (Studi Kasus *Baitul Maal Wat Tamwil* UGT Nusantara KESAMBEN Blitar Dan *Baitul Maal Wat Tamwil* ISTIQOMAH Tulungagung)**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka fokus penelitian ini adalah:

⁹ Muhammad Alvin Hidayatullah dan Faruq Agmad Futaqi, “Analisis Strategi Promosi *Personal Selling* pada *Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)* Beringharjo Dalopo Madiun Terhadap Loyalitas Anggota” dalam <http://ejournal.radenintan.ac.id/>, diakses 16 Agustus 2023

¹⁰ Fadel Andhika Zulmi, *Strategi Pemasaran Produk Murabahah pada BMT Al-Fath Ikmi Cabang Legoso*, (Jakarta: Skripsi Diterbitkan, 2021), hal. 1

1. Bagaimana strategi promosi produk BMT dalam meningkatkan jumlah nasabah pada perbankan di BMT UGT Nusantara Capem Kesamben dan BMT Istiqomah Tulungagung?
2. Bagaimana dampak strategi promosi produk BMT dalam meningkatkan jumlah nasabah pada perbankan di BMT UGT Nusantara Capem Kesamben dan BMT Istiqomah Tulungagung?
3. Apa saja kendala strategi promosi produk BMT dalam meningkatkan jumlah nasabah pada perbankan di BMT UGT Nusantara Capem Kesamben dan BMT Istiqomah Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi produk BMT dalam meningkatkan jumlah nasabah pada perbankan di BMT UGT Nusantara Kesamben dan BMT Istiqomah Tulungagung?
2. Untuk mengetahui dampak strategi promosi produk BMT dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT UGT Nusantara Kesamben dan BMT Istiqomah Tulungagung?
3. Untuk mengetahui apa saja kendala strategi promosi produk BMT dalam meningkatkan jumlah nasabah pada perbankan di BMT UGT Nusantara Kesamben dan BMT Istiqomah Tulungagung?

D. Kegunaan Penelitian

- 1) Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk para pembaca guna menambah dan memperluas wawasan para pembacanya dan juga diharapkan mampu menjadi salah satu rujukan keilmuan bagi pihak yang membutuhkan.

2) Secara Akademis

a) Bagi Akademik

Penelitian ini digunakan oleh peneliti sebagai pengaplikasian ilmu pengetahuan yang telah ditempuh selama berkuliah di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dan juga digunakan sebagai dokumen akademik yang kedepannya bisa dijadikan salah satu referensi rujukan oleh peneliti selanjutnya.

b) Bagi BMT

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan atau kebijakan khususnya mengenai strategi pengenalan produk-produk BMT kepada masyarakat yang lebih luas lagi dengan harapan perkembangan BMT akan lebih maju lagi kedepannya

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya.

E. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah memahamai judul skripsi “Strategi Promosi Produk BMT dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Perbankan di

BMT UGT Nusantara Kesamben Kabupaten Blitar dan BMT Istiqomah Tulungagung”, maka peneliti akan memaparkan penegasan istilah sebagai berikut:

1. Definisi konseptual

a. Strategi

Strategi adalah langkah-langkah yang sistematis dan sistematis dalam melakukan rencana secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam pencapaian tujuan.¹¹

b. Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.¹²

c. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah bagaimana perusahaan membuat konsumen sadar akan produk atau jasa, biasanya mencakup iklan dan aktifitas promosi lainnya seperti penawaran penjualan.¹³

d. *Baitul Maal Wat Tamwil*

¹¹ Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 2.

¹² Zulki Zulkifli Noor, *Manajemen Pemasaran Stratejik Dilengkapi Dengan Kasus-Kasus Dalam Bidang Bisnis Dan Sektor Publik Tahun 2016* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hal. 70.

¹³ Nur Eka Effendi dkk, *Strategi Pemasaran* (Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2022), hal. 24.

Baitul Maal Wat Tamwil adalah lembaga ekonomitingkat mikro dan kecil, yang bukan termasuk koperasi bukan pula bank, tapi berada ditengah-tengah antara kedua lembaga tersebut, yang melayani tabungan maupun pembiayaan dengan sistem syariah.¹⁴

e. Produk BMT UGT Nusantara

Pada dasarnya semua lembaga keuangan memiliki operasional untuk menghimpun (simpanan) dan menyalurkan dana (pembiayaan). Adapun pada BMT UGT Nusantara Cabang Kesamben produk simpanan yang dimiliki ada jenis produk, diantaranya: Tabungan Umum Syariah, Tabungan Haji, Tabungan Umrah, Tabungan Idul Fitri, Tabungan Peduli Siswa, Tabungan Kurban, Simpanan Berjangka.¹⁵

Sedangkan untuk produk pembiayaan memiliki sembilan jenis produk, diantaranya: UGT PAT (Pembiayaan Agunan Tunai), UGT PJE (Pembiayaan Jaminan Emas), UGT GES (Gadai Emas Syariah), UGT MUB (Modal Usaha Barokah), UGT MTA (Multi Guna Tanpa Agunan), UGT KBB (Kendaraan Bermotor Barokah), UGT PBE (Pembelian Barang Elektronik), UGT PKH (Pembiayaan Kafalah Haji), UHT MJB (Multi Jasa Barokah), UGT MGB (Multi Griya Barokah), UGT MPB (Modal Pertanian Barokah).¹⁶

f. Produk BMT Istiqomah Tulungagung

¹⁴ Moh. Isro'I, *BMT Bahtera* (Pekalongan: Penerbit NEM, 2021), 146.

¹⁵ BMT UGT Nusantara, "Produk dan Jasa" dalam <https://bmtugtnusantara.co.id/produk> diakses 26 Juli 2023

¹⁶ BMT UGT Nusantara, "Produk dan Jasa" dalam <https://bmtugtnusantara.co.id/produk> diakses 26 Juli 2023

Ada beberapa produk yang dimiliki oleh BMT Istiqamah, diantaranya: Simpanan Masyarakat Syari'ah (SIMASYA), Simpanan Pendidikan Istiqomah (SIMPATI), dan Simpanan Berjangka. Untuk produk pembiayaan dengan menggunakan sistem akad *Bai'bi Tsaman 'Ajl*, Murabahah dan Mudharabah.

g. Jumlah Nasabah

Jumlah nasabah adalah banyaknya pihak yang menggunakan jasa bank termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melaksanakan transaksi keuangan.¹⁷

2. Definisi operasional

Definisi operasional yang dimaksud dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi produk BMT yang dilakukan oleh BMT UGT Nusantara Kesamben Kabupaten Blitar dan BMT Istiqamah Tulungagung dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah pada perbankan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penulisan maka diperlukan sistematika penulisan agar terarah dan sistematis. Sistematika dalam penulisan skripsi ini antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi.

¹⁷ Peraturan Pemerintah No. 7/7/PBI/2005

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang kajian teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis dan membahas objek dari penelitian ini dan juga membahas tentang penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini memuat tentang paparan objek penelitian, paparan data dan temuan penelitian yang didapatkan dari hasil penelitian lapangan yang dilakukan baik dari hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini memuat penjelasan tentang temuan penelitian terhadap teori yang sudah ada kemudian disesuaikan dengan rumusan masalahnya.

BAB VI PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan dan saran yang ditujukan kepada berbagai pihak yang berkepentingan terhadap objek penelitian.