

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini telah berkembang cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya lembaga-lembaga keuangan syariah di Indonesia. Dari tahun ke tahun semakin banyak bank-bank konvensional yang membuka sistem baru dengan membuka bank berprinsip syariah. Berbagai BPRS dan BMT semakin berkembang dalam mengoperasikan produknya sesuai dengan syariah. Berkaitan dengan hal tersebut sudah tidak perlu ada pertentangan lagi bahwa ekonomi syariah sangat berpengaruh dalam kegiatan ekonomi di Indonesia.

Baitul Mal Wattamwil (BMT) adalah lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadist. *Baitul Mal Wattamwil* (BMT) beroperasi mengikuti ketentuan-ketentuan syari'ah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat itu di jauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.¹

Perkembangan ekonomi Islam tidak hanya berhenti pada tingkatan ekonomi makro, namun mulai merambah sistem ekonomi bawah yaitu mikro, dengan

¹Zainul Arifin. *Memahami Bank Syari'ah; Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*, (Jakarta: Alvabet, 2000), hal. 34

lahirnya BMT yang bergerak pada sektor riil bawah dan menengah dengan menyentuh masyarakat kecil yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan fungsi mengantarkan masyarakat yang berada didaerah–daerah untuk terhindar dari sistem bunga yang diterapkan oleh bank konvensional. Kelahiran BMT sangat menunjang sistem perekonomian didaerah-daerah, disisi lain berfungsi sebagai lembaga keuangan Islam juga berperan dalam memberikan pengetahuan agama pada masyarakat yang mempunyai pemahaman agama masih rendah sehingga fungsi BMT sangat nyata dirasakan manfaatnya.

Adapun lahirnya BMT juga dilatar belakangi beberapa alasan diantaranya:

1. Agar masyarakat terhindar dari sistem ekonomi kapitalis dan sosialis yang hanya memberikan keuntungan bagi mereka yang mempunyai modal banyak. Sehingga ditawarkanlah sistem ekonomi yang berbeda, berdasarkan syariah.
2. Melakukan pembinaan dan pendanaan kepada masyarakat menengah kebawah secara intensif dan berkesinambungan.
3. Agar masyarakat terhindar dari rentenir–rentenir yang memberikan pinjaman dengan sistem bunga yang sangat tinggi.
4. Agar ada alokasi dana yang merata pada seluruh masyarakat, yang fungsinya untuk menciptakan keadilan sosial.

Untuk menjamin operasi bank Islam tidak menyimpang dari tuntunan syariah, maka pada setiap lembaga keuangan syariah hanya diangkat manager dan pimpinan bank yang sedikit banyak menguasai prinsip muamalah Islam. Selain dari pada itu di lembaga keuangan ini dibentuk Dewan Pengawas

Syari'ah yang bertugas mengawasi operasional lembaga dari sudut syari'ahnya. *Baitul Mal* berasal dari bahasa Arab *bait* yang berarti rumah, dan *al-mal* yang berarti harta. Jadi secara etimologis (*ma'na lughawi*) *Baitul Mal* berarti rumah untuk mengumpulkan atau menyimpan harta.²

Dalam usahanya menjangkau minat calon anggota pembiayaan, BMT tidak hanya bersaing dengan sesama lembaga keuangan syariah namun juga dengan lembaga keuangan konvensional. Dalam persaingan ini tidak hanya fokus dalam inovasi produk tetapi juga dalam berbagai strategi pemasaran dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Strategi pemasaran sendiri adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.

Marketing merupakan salah satu strategi bisnis yang mengacu pada sebuah proses penciptaan, penawaran dan perubahan. Pada awalnya kegiatan marketing ini merupakan kegiatan yang dapat memunculkan ide dan kreativitas dalam melakukan pendekatan, inovasi maupun perubahan dalam banyak hal. Namun seiring berjalannya waktu, marketing mengalami disorientasi dan lebih mengacu pada pencapaian keuntungan secara instant, maka terkadang kegiatan marketing

² <http://www.puskopsyahlampung.com/2013/06/sejarah-lahirnya-baitut-tamwil-di.html?m=1> diakses pada 05 April 2017 pukul 07:12 WIB di.html?m=1 diakses pada 05 April 2017 pukul 07:12 WIB

ini mulai berubah menjadi fenomena yang penuh dengan penyimpangan baik secara moral maupun secara etika.³

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Atau kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen⁴. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/ inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.⁵

Salah satu bentuk dari persaingan antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional adalah dalam pemberian margin atau selisih dari harga pokok dengan harga jual suatu produk. Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukarkan konsumen untuk memiliki atau menggunakan manfaat dari suatu barang dan jasa. Harga yang dimaksud disini adalah harga yang dihasilkan dari harga pokok dan

³ <https://marioalexandros.wordpress.com/2013/04/03/fenomena-perbankan-syariah-di-indonesia/> diakses tanggal 17 Maret 2017 pukul 20.30 WIB

⁴ *Ibid*, hal. 79

⁵ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), hal.58

margin yang disepakati kedua belah pihak. Strategi penentuan harga merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan, menjadi penting karena harga sangat menentukan pembentukan persepsi harga oleh nasabah yang kemudian menjadi salah satu hal yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk penyaluran dana.⁶ Persaingan pun menjadi semakin ketat sehingga menuntut kejelian nasabah dalam memilih produk-produk yang ditawarkan yang sesuai dengan harapannya.

Dalam konteks akad jual beli, bank sebagai penjual boleh menetapkan harga berapapun yang dikehendaki. Penjual pada prinsipnya bebas menetapkan harga barang-barangnya. Jika harga-harga ini terlalu tinggi, pembeli boleh memilih untuk tidak membelinya atau mencari penggantinya, atau penjual lain boleh masuk ke pasar untuk menciptakan keseimbangan harga. Namun demikian bank syariah dalam menjaga fungsi intermediasi, tidak hanya berfikir untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi melainkan bagaimana fungsi intermediasi berjalan lancar, karena sangat terkait dengan keluar masuknya nasabah di bank syariah.⁷

BMT Pahlwan merupakan salah satu dari berbagai BMT yang ada diseluruh Indonesia. BMT Pahlawan mulai beroperasi sejak 10 November 1996 sampai sekarang dengan tujuan memberdayakan ekonomi masyarakat kecil sesuai dengan prinsip syariah yaitu memberikan pembiayaan dengan sistem bagi hasil tanpa bunga dan juga kegiatan investasi berupa tabungan dan deposito. BMT Pahlawan

⁶ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi ke delapan jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal. 31

⁷ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2014), hal. 156

membuka cabang di berbagai wilayah berikut: cabang Bandung di ruko stadion Bandung, cabang Gondang di kompleks ruko stadion Gondang, Pukosma Notorejo dan BMT pusat yang berlokasi di ruko pasar Ngemplak.

Adapun berbagai jenis pembiayaan yang ada di BMT Pahlawan Tulungagung berupa pembiayaan *musyarokah*, pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *ba'i bitsaman ajil* dan pembiayaan *qardul hasan*. Selain itu BMT Pahlawan juga membuka produk simpanan diantaranya: simpanan wajib, simpanan pokok, simpanan khusus (saham), simpanan sukarela dengan pola *mudharabah*, simpanan investasi khusus, simpanan haji, dan simpanan pensiun. Dengan jumlah dana yang besar maka tingkat keuntungan BMT Pahlawan juga akan meningkat.

Bai' Bitsaman Ajil merupakan akad jual beli dan bukan merupakan pemberian pinjaman. Jual beli *Bai' Bitsaman Ajil* adalah jual beli tangguh dan bukan jual beli spot (*Bai'*= jual beli, *Tsaman*= harga, *Ajil*= penangguhan) sehingga *Bai' Bitsaman Ajil* termasuk dalam kategori perdagangan dan perniagaan yang dibolehkan syariah. Oleh karena itu, keuntungan dari jual beli *Bai' Bitsaman Ajil* halal, sedangkan keuntungan dari pemberian pinjaman adalah riba yang diharamkan oleh syariah.⁸

Al-qur'an mengizinkan transaksi dalam bisnis selagi transaksi tersebut tidak keluar dari konteks syari'ah (agama). Adapun ayat al-qur'an yang dapat dijadikan rujukan dasar akad *Bai' Bitsaman Ajil*, diantaranya adalah:

⁸ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 192.

QS. Annisa ayat 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu makan hak sesamamu dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu: sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (An-Nisa’: 29).

Dengan tujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan tingkat margin terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *bai’ bitsamanan ajil* pada BMT Pahlawan Tulungagung dan diantara variabel tersebut mana yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *bai’ bitsamanan ajil* pada BMT mengingat lembaga tersebut sudah berdiri cukup lama dan berpengalaman dengan memiliki lima cabang yang tersebar di seluruh kabupaten Tulungagung. Pada prakteknya lembaga ini memberikan layanan jasa keuangan yang harusnya memiliki kualitas pelayanan yang baik. Dengan kualitas pelayanan yang dimiliki, seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *bai’ bitsamanan ajil*, dengan faktor lain berupa strategi pemasaran dan tingkat margin, faktor mana yang lebih mendominasi untuk mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan *bai’ bitsamanan ajil* mengingat nasabah pembiayaan *bai’ bitsamanan ajil* di BMT Pahlawan khususnya cabang Gondang berkisar 376 nasabah. Dengan jumlah

nasabah yang cukup banyak pada pembiayaan ini sehingga hal ini menjadi penting untuk lebih dipelajari mengenai faktor yang mendasari keputusan nasabah memilih pembiayaan *bai' bitsamanan ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengajukan penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran Dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* Di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung”.

B. Identifikasi Masalah

Nasabah merupakan target pemasaran produk dalam lembaga keuangan. Dalam pemasaran, produk adalah hal yang perlu diperhatikan. Tidak hanya pada strategi pemasarannya saja, banyak hal-hal yang perlu diperhatikan seperti contoh:

1. Informasi
2. Lokasi kantor (strategis atau tidak)
3. Kemudahan dalam proses peminjaman
4. Tingkat margin yang diberikan
5. Kualitas pelayanan

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* pada BMT Pahlawan

Cabang Gondang Tulungagung?

2. Apakah strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* pada BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung?
3. Apakah tingkat margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* pada BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung?
4. Apakah kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan tingkat margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh tingkat margin terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran, dan antara

tingkat margin terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai pengembangan ekonomi Islam, wawasan serta pemahaman tentang pengaruh antara kualitas pelayanan, strategi pemasaran, dan tingkat margin terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung .

2. Praktis

a. Bagi BMT Pahlawan Tulungagung

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung dalam melakukan kebijakan maupun evaluasi mengenai strategi yang dilakukan oleh lembaga, sehingga dapat lebih meningkatkan lagi jumlah nasabah khususnya nasabah produk pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*.

b. Bagi Penulis

Sebagai sumbangsih pemikiran bagi dunia akademik serta implementasi ilmu yang diperoleh dari bangku kuliah.

c. Bagi Akademik

Secara akademik, penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait dengan produk

lembaga keuangan syariah khususnya *Ba'i Bitsaman Ajil*.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini juga merupakan bahan informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan tingkat margin terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Pembatasan ruang lingkup penelitian ditetapkan agar dalam penelitian nanti terfokus pada pokok permasalahan yang ada serta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian nanti tidak menyimpang dari sasarannya. Tujuan dari penelitian ini yaitu membahas masalah yang ada didalam rumusan masalah, supaya tidak keluar jalur dari pembahasan ini maka dibutuhkan ruang lingkup dalam penelitian. Ruang lingkup penelitian yang peneliti lakukan terbatas pada Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Tingkat Margin. Ketiga variabel ini sebagai variabel independen, serta Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* sebagai variabel dependen.

G. Penegasan Istilah

1. Secara Konseptual

Definisi konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan: segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh

perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.⁹

- b. Strategi pemasaran: sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.¹⁰
- c. Tingkat margin: penetapan keuntungan dari harga jual sejumlah tertentu dengan mempertimbangkan keuntungan yang akan diambil, biaya-biaya yang ditanggung termasuk antisipasi timbulnya kemacetan dan jangka waktu pengembalian.¹¹
- d. Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*: pembiayaan berakad jual beli, adalah suatu perjanjian pembiayaan yang telah disepakati antara bank Islam dengan nasabah, dimana bank Islam menyediakan dananya untuk sebuah investasi dan atau pembelian barang modal dan usaha anggotanya yang kemudian proses pembayarannya dilakukan secara mencicil atau angsuran.¹²

2. Secara operasional

Berdasarkan definisi konseptual maka dapat dijelaskan maksud dari judul pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan tingkat margin terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* adalah

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta : Salemba Empat, 2002), hal. 79

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, (Yogyakarta: Andi ofset, 2001), hal. 2

¹¹ Adiwarmar Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004), hal. 255

¹² Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Yogyakarta : Ekonisia, cet. Ketiga, 2004), hlm. 126

pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan tingkat margin yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengaruh ketiga variabel independen kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan tingkat margin terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung.

Maksud dari pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan tingkat margin terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* adalah untuk menilai kualitas pelayanan yang dimiliki BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung jika didasarkan pada mutu dari pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya, baik nasabah pembiayaan maupun nasabah penabung, strategi pemasaran yaitu tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh BMT Pahlawan dalam mempromosikan produk-produk yang dimilikinya, dan tingkat margin yaitu seberapa besar tingkat penetapan keuntungan dari suatu produk pembiayaan, sehingga nasabah tertarik untuk melakukan pembiayaan di BMT Pahlawan.

Secara operasional bahwa dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan tingkat margin terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung. Variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini dibagi menjadi dua variabel yaitu:

a. Variabel independen (X)

- 1) Kualitas pelayanan (X_1) adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan

konsumen.¹³

- 2) Strategi pemasaran (X_2) adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.¹⁴
- 3) Tingkat margin (X_3) adalah penetapan keuntungan dari harga jual sejumlah tertentu dengan mempertimbangkan keuntungan yang akan diambil, biaya-biaya yang ditanggung termasuk antisipasi timbulnya kemacetan dan jangka waktu pengembalian.¹⁵

b. Variabel dependen (Y)

Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan nasabah memilih pembiayaan *ba'i bitsaman ajil* (Y) yang merupakan perjanjian pembiayaan yang telah disepakati antara bank Islam dengan nasabah, dimana bank Islam menyediakan dananya untuk sebuah investasi dan atau pembelian barang modal dan usaha anggotanya yang kemudian proses pembayarannya dilakukan secara mencicil atau angsuran.¹⁶

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta : Salemba Empat, 2002), hal. 79

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, (Yogyakarta: Andi ofset, 2001), hal. 2

¹⁵ Adiwarmarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004), hal. 255

¹⁶ Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Yogyakarta : Ekonisia, cet. Ketiga, 2004), hlm. 126

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan dalam memahami pembahasan karya tulis ilmiah ini maka penulis memaparkannya secara sistematis ke dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini membahas beberapa unsur yang terdiri dari :

- a) latar belakang masalah. b) identifikasi masalah. c) rumusan masalah. d) tujuan penelitian. e) kegunaan penelitian. f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian
- g) penegasan istilah. h) sistematika skripsi

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori, membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, terdiri dari: a) kajian teori masing-masing variabel, b) kajian penelitian terdahulu, c) kerangka konseptual dan d) hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini memuat rancangan penelitian yang terdiri dari: a) pendekatan dan jenis penelitian. b) populasi, sampling, sampel. c) sumber data, variabel dan skala pengukuran. d) teknis pengumpulan data instrument penelitian, serta f) analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini memuat deskripsi singkat hasil penelitian, terdiri dari: a) hasil penelitian (berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis)

BAB V PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian, yang berisikan pembahasan data penelitian dan

hasil analisis data.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini akan memuat: a) kesimpulan dan b) saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan yang dilanjutkan dengan bagian akhir skripsi, yakni

- a) daftar rujukan b) lampiran-lampiran c) surat pernyataan keaslian skripsi dan
- d) daftar riwayat hidup.