

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dunia modern saat ini kebutuhan dana bagi seseorang memang merupakan pandangan sehari-hari, baik dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari, dan diberbagai bidang bisnis. Dilain pihak banyak juga orang-orang atau lembaga atau badan hukum yang justru kelebihan dana meski hanya bersifat sesaat. Sehingga dana yang berlebihan tersebut perlu diinvestasikan dengan cara yang paling menguntungkan secara ekonomis maupun sosial. Dengan adanya pertumbuhan ekonomi yang pesat ini, mempengaruhi munculnya perkembangan perekonomian islam salah satunya ialah dengan perkembangan perbankan syariah.

Menurut Karnaen Purwaatmadja, bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yakni bank dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam. Salah satu unsur yang harus di jauhi dalam muamalah Islam adalah praktik-praktik yang mengandung unsur riba (*spekulasi* dan tipuan).¹ Secara umum Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Islam, yaitu aturan perjanjian (*akad*) antara bank dengan pihak lain (nasabah) berdasarkan hukum Islam. Bank yang berbasis pada tuntutan syariah bukan berarti bank syariah lebih simpel daripada bank konvensional. Akan tetapi mekanisme pada bank syariah lebih rumit, karena bukan hanya keuntungan

¹ Muhammad Firdaus NH, dkk, *Konsep & Implementasi Bank Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), hlm. 18

dunia saja yang diperhitungkan, melainkan tanggung jawab dihadapan Allah juga menjadi perhitungan utama bagi perbankan syariah.

Hal tersebut terbukti dengan banyaknya lembaga keuangan syariah non bank seperti koperasi syariah, *Baitul Maal wa Ttanwil* (BMT) dan *Baitut Tanwil Muhammadiyah* (BTM). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan menyebutkan bahwa segala kegiatan dalam bentuk penghimpunan dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkan dana dalam bentuk kredit harus berbentuk bank (pasal 26). BMT merupakan kependekaan dari Baitul Mal wa Tamlik atau dapat juga ditulis dengan *baitul maal wa baitul tanwil*. Secara *harfiah/lughowi* baitul mal berarti rumah dana dan baitul tanwil berarti rumah usaha. Baitul mal dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai adab pertengahan perkembangan islam, dimana baitul maal berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial. Sedangkan baitul tanwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba. *Baitul Maal wa Tanwil* (BMT) yang memiliki basis kegiatan ekonomi rakyat dengan falsafah yang sama yaitu dari anggota untuk anggota maka berdasarkan Undang-Undang RI nomor 25 tahun 1992 tersebut berhak menggunakan badan hukum koperasi, dimana letak perbedaanya dengan koperasi konvensional (nonsyariah) hanya terletak pada teknis operasionalnya.

Pada dasarnya *Baitul Maal wa Tanwil* (BMT) dan *Baitut Tanwil Muhammadiyah* (BTM) sama, dasar operasionalnya sama yang membedakan dari keduanya hanya pada penamaannya saja. Koperasi Simpan Pinjam

Pembiayaan Syariah *Baitut Tanwil Muhammadiyah* (KSPPS BTM) Surya Madinah adalah lembaga keuangan non bank yang dalam operasinya menggunakan prinsip-prinsip syariah. Operasional dari Baitut Tanwil Muhammadiyah pada umumnya sama dengan lembaga keuangan bank lainnya yaitu menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dan menyalurkan dana kepada masyarakat (*landing*) dalam bentuk pembiayaan. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah merupakan koperasi primer yang didirikan oleh warga masyarakat, warga Persyarikatan serta Majelis Ekonomi Muhammadiyah PDM Tulungagung yang kegiatan usahanya berdasarkan pola syariah. KSPPS BTM Surya Madinah didirikan pada tanggal 2 April 2002, dengan Surat Keputusan Kepala Kantor dan UKM Kabupaten Tulungagung atas nama Menteri Negara Urusan Koperasi dan UKM Nomor : 188.2/41/BH/424.75/2002 tanggal 24 September 2002. Dinamakan BTM Surya Madinah karena kata “Surya” berasal dari lambang logo Muhammadiyah, sedangkan kata “Madinah” merupakan singkatan dari Maju, Dinamis, dan Amanah. Dengan moto amanah dan barokah yang dilihat dari dua sisi, yakni amanah dari penghimpunan dana yang berarti bertanggungjawab dan dipercaya dalam menghimpun dana dari masyarakat. Barokah dari segi pembiayaan, dengan harapan pembiayaan yang diberikan kepada anggota menjadi barakah.

Adapun berbagai produk mengenai pembiayaan dengan menggunakan variasi akad yang kemudian akan disesuaikan oleh kebutuhan konsumen. Produk yang dimiliki oleh BTM Surya Madinah adalah dari penyaluran dana

ada pembiayaan mudharabah, pembiayaan murabahah, pembiayaan musyarakah, Ijarah dan Qardh. Sedangkan untuk produk penghimpunan dana ada tabungan wadiah, deposito wadiah, dan berbagai produk lain seperti produk arisan dan talangan haji. KSPPS BTM Surya Madinah memberikan pinjaman modal kepada para pengusaha kecil dan mikro dengan sistem bagi hasil dengan sistem syariah. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Tanwil Muhammadiyah* (KSPPS BTM) Surya Madinah Tulungagung merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang mengalami perkembangan yang cukup baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan semakin bertambahnya anggota yang bergabung dengan BTM Surya Madinah Tulungagung. Bukti dari semakin banyaknya anggota yang bergabung di BTM Surya Madinah Tulungagung ditunjukkan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Anggota Produk Pembiayaan KSPP Syariah Baitul Tanwil
Muhamadiyah Surya Madinah Tulungagung
periode 2013-2017

No	Produk Pembiayaan	Jumlah Nasabah	Penyaluran Dana
1	Murabahah	6.846	Rp. 218.775.519.771
2	Musyarakah	3.542	Rp. 16.388.259.175
3	Mudharabah	1.892	Rp. 8.965.135.550
4	Ijarah	5.943	Rp. 202.769.292.431
5	Qordul Hasan	118	Rp. 165.400.000
	Jumlah	18.341	Rp. 447.013.606.927

Sumber data: Hasil wawancara, 2018

Dilihat dari jumlah data pembiayaan yang ada bahwa jumlah perkembangan pembiayaan yang paling banyak diminati adalah pembiayaan murabahah. Hal tersebut dikarena KSPPS BTM Surya Madinah memiliki lokasi yang sangat strategis, yang berdekatan dengan pusat perdagangan,

usaha-usaha industry kecil dan rumah tangga sehingga mempermudah untuk mengamati perkembangan ekonomi yang ada di masyarakat, juga mempermudah dalam pemasaran produk-produknya. Dalam hal ini produsen/lembaga keuangan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen secara tepat waktu. Produsen juga harus pandai menarik minat dan merayu konsumen untuk terus membeli dan mengonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi.² Selain itu produk pembiayaan yang cukup banyak digunakan yaitu produk pembiayaan murabahah. Hal tersebut juga ditunjang dengan adanya penyampain informasi melalui promosi yang dilakukan oleh karyawan di lembaga tersebut, dengan adanya promosi masyarakat bisa mengenal dan mengetahui produk apa saja yang ada di KSPP Syariah Baitul Tanwil Muhamadiyah Surya Madinah Tulungagung sehingga dapat menarik masyarakat untuk memilih produk di koperasi tersebut, berikut adalah tabel promosi yang dilakukan oleh KSPP Syariah BTM Surya Madinah Tulungagung:

² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm.189

Tabel 1.2
Promosi yang dilakukan karyawan KSPP Syariah Baitul Tanwil
Muhamadiyah Surya Madinah Tulungagung

No.	Indikator Promosi	Sarana Promosi
1.	Periklanan	Brosur, spanduk, kalender.
2.	Promosi Penjualan	Pemberian hadiah kepada anggota berupa undian disetiap 3 tahun sekali
3.	Publisitas	Melalui koran yang dilakukan 2 kali setiap bulan.
4.	Tenaga Penjualan	Melalui <i>Customer Servis</i> , Teller.
5.	Pemasaran Langsung	Karyawan <i>financing officer</i> untuk mencari masyarakat yang mau melakukan pembiayaan.

Sumber: Hasil wawancara, 2018

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa promosi yang dilakukan oleh lembaga tersebut cukuplah baik yang akhirnya dapat menarik minat anggota untuk memilih melakukan pembiayaan di KSPP Syariah Baitul Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung. Ada berbagai cara yang banyak untuk menarik masyarakat agar datang ke lembaga tersebut dan akhirnya masyarakat memiliki rasa ingin tahu lebih lanjut mengenai produk tersebut dan selanjutnya dapat memutuskan untuk melakukan pembiayaan di KSPP Syariah Baitul Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung.

Dengan demikian pemasaran yang dilakukan dalam suatu lembaga sangatlah mempengaruhi tingkat keberhasilan suatu produk terkenal di lingkungan masyarakat. Selain itu ada faktor pemasaran lainnya yang juga dapat mempengaruhi dari tingkat keberhasilan suatu produk yaitu faktor diferensiasi produk dari berbagai jenis pembiayaan yang ada di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung.

Diferensiasi produk merupakan tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dan penawaran pesaing. Diferensiasi memerlukan penelitian pasar yang cukup serius agar bisa benar-benar berbeda dan diperlukan juga pengetahuan tentang produk lainnya. Diferensiasi produk ini biasanya hanya mengubah sedikit karakter produk, antara lain kemasan dan tema promosi tanpa mengubah spesifikasi fisik produk, meskipun hal tersebut diperoleh. Suatu produk akan lebih disukai dan diminati oleh banyak anggota apabila memiliki keunikan yang lain dibandingkan produk yang lain dan juga meningkatkan minat konsumen dalam memilih produk tersebut. Selanjutnya setelah produk tersebut ada diferensiasi dan keunggulan dari masing-masing produk hal selanjutnya yang perlu dilakukan adalah mempromosikan produk tersebut agar laku dipasaran.³

Suatu produk agar lebih terkenal maka perlu adanya promosi. Promosi adalah suatu bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.⁴ Promosi dapat dilakukan dengan beberapa cara misalkan saja dengan adanya iklan, penyebaran brosur, undian dan hadiah langsung, dan lain sebagainya. Dengan adanya promosi yang dilakukan oleh koperasi tersebut maka produk-produk yang dijual akan lebih dikenal masyarakat sehingga keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut menjadi lebih besar.

³ Philip Kotler, *Manajemen Perusahaan*. alih bahasa Benyamin Molan (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2001), Ed. 11, hlm. 9-11

⁴ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta : PT Renika Cipta, 2000), hlm. 222

Keputusan adalah sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Keputusan juga dapat diartikan sebagai proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Dan keputusan nasabah mengambil pembiayaan adalah sesuatu hal yang diputuskan nasabah untuk memilih memakai layanan dan jasa bank syariah tertentu setelah melalui beberapa poses yaitu pengenalan pencarian informasi, dan melakukan evaluasi bank mana yang akan dijadikan mitra dalam hal menggunakan layanan bank yaitu keputusan nasabah mengambil pembiayaan di Bank Syariah.⁵ Produk pembiayaan yang dikeluarkan oleh BTM Surya Madinah saat ini memiliki banyak variasi produk dan tentunya tidaklah kalah saing dengan produk-produk lembaga keuangan.

Dengan demikian antara faktor diferensiasi produk dan promosi sangat berkaitan erat ketika keputusan anggota memilih mengajukan pembiayaan di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah di Baitul Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai “Pengaruh Diferensiasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Anggota dalam Memilih Pembiayaan Murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung”.

⁵ Irham Fahmi, Manajemen Pengambilan Keputusan, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 2.

B. Identifikasi Masalah

Masalah mengenai keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung itu dapat terjadi karena adanya beberapa pengaruh yang diantaranya yaitu diferensiasi produk, dan promosi. Dalam hal ini diferensiasi produk merupakan salah satu variabel yang sangat berpengaruh akan keputusan anggota memilih produk simpanan *Murabahah* yang ada di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung. Oleh karena itu, akan dikumpulkan beberapa alternative-alternatif sebab terjadinya masalah yang kemudian nantinya akan di teliti sesuai dengan kemampuan peneliti.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah diferensiasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung?
2. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung?
3. Apakah diferensiasi produk dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Dari uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk menguji tentang seberapa besar pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.
2. Untuk menguji tentang seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.
3. Untuk menguji tentang seberapa besar pengaruh diferensiasi produk dan promosi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan diferensiasi produk dan promosi terhadap keputusan anggota dalam minat pembiayaan di BTM Surya Madinah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi pihak KSPPS BTM Surya Madinah di Tulungagung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan dan pemikiran mengenai strategi marketing untuk menarik minat masyarakat dalam melakukan pembiayaan di BTM Surya Madinah.

b. Bagi kalangan akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung khususnya dalam kajian ilmu mengenai strategi marketing mix dan dapat pula dijadikan referensi bagi mahasiswa/i khususnya jurusan perbankan syariah.

c. Bagi peneliti yang akan datang

Dapat dijadikan bahan tambahan informasi dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan beberapa faktor dalam strategi marketing mix terhadap keputusan anggota untuk memilih pembiayaan di BTM Surya Madinah.

F. Ruang Lingkup dan Pembatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah diferensiasi produk dan promosi yang mempengaruhi keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di BTM Surya Madinah dengan indikator sebagai berikut:

- a. Diferensiasi produk dengan indikator variabel, keunggulan produk, keunikan produk, modifikasi produk.

- b. Promosi, dengan indikator variabel yaitu periklanan pada produk, penjualan produk, publisitas dan *brand image*.
- c. Keputusan memilih pembiayaan murabahah dengan indikator variabel pembiayaan dana yang ada di BTM Surya Madinah dan 5 tahapan dalam pengambilan keputusan untuk membeli yaitu pengenalan produk, proses informasi konsumen, evaluasi produk, pembelian, evaluasi pembelian.

2. Pembatasan Penelitian

Penelitian ini hanya terbatas pada satu objek *reserve* yaitu bertempat di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung merupakan Lembaga Keuangan Syariah yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan dan penghimpunan dana masyarakat. Dan berfokus pada variabel diferensiasi produk dan promosi dalam keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung. Dimana pembiayaan ini berfokus terhadap pembiayaan dengan akad murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

Dalam karya ilmiah ini peneliti perlu memberi penegasan istilah dari judul yang peneliti angkat dengan tujuan agar tidak terjadi keracuan atau ketidaksamaan pemahaman dalam membaca proposal skripsi ini, yaitu:

1. Definisi Konseptual

- a. Diferensiasi produk sebagai semua upaya *brand* atau perusahaan untuk menciptakan perbedaan di antara para pesaing dalam rangka

- membentuk *value* terbaik kepada pelanggan. Perusahaan yang memiliki diferensiasi yang kukuh dipastikan akan memiliki kinerja di atas rata-rata di dalam industrinya.⁶ Diferensiasi memerlukan penelitian pasar yang cukup serius agar bisa benar-benar berbeda dan diperlukan juga pengetahuan tentang produk pesaing. Diferensiasi produk ini biasanya hanya mengubah sedikit karakter produk, antara lain kemasan dan tema promosi tanpa mengubah spesifikasi fisik produk, meskipun hal tersebut diperbolehkan.⁷ Di dalam hal ini diferensiasi produk yang dilakukan oleh KSPPS BTM Surya Madinah yaitu mengenai pembedaan, motif yang digunakan pada pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah.
- b. Promosi adalah suatu bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.⁸ Dengan melalui media cetak ataupun brosur dan iklan maupun media yang lain.
 - c. Pembiayaan Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan

⁶ Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya on Differentiation*, Bandung: Mizan, 2004, hlm 11.

⁷ M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.

⁸ *Ibid*, Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, ..., hlm. 222

mensyaratkan keuntungan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu.⁹ Dalam akad murabahah, penjual menjual barangnya dengan meminta kelebihan atas harga beli dengan harga jual. Dalam aplikasi bank syariah, bank merupakan penjual atas objek barang dan nasabah merupakan pembeli. pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain. Dalam arti sempit pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan, seperti bank syari'ah kepada nasabah.¹⁰

2. Definisi Operasional

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah untuk meneliti dan mengkaji apakah diferensiasi produk dan promosi, berpengaruh atau tidak terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

H. Sistematika Pembahasan Skripsi

Penulisan skripsi ini disusun menjadi tiga bagian yaitu: Bagian Awal, Bagian Utama dan Bagian Akhir.

1. Bagian Awal

Terdiri dari Halaman Sampul Depan, Halaman Judul, Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Motto, Halaman Persembahan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar table, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, dan Abstrak.

⁹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hlm 138.

¹⁰ Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: AMPYKPN, 2005), hlm. 304

2. Bagian Utama

Bagian ini Terdiri dari enam bab yaitu:

Dalam bab pertama, ini akan dijelaskan gambaran singkat apa yang akan dibahas dalam skripsi, yaitu: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, kegunaan penelitian, keterbatasan penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan. Pada bab ini peneliti menggambarkan tentang keadaan dari berbagai hal mengapa skripsi ini dibuat dengan judul tersebut dan hal apa yang melatar belakangi penelitian ini dibuat serta batasan masalah, tujuan dilakukan penelitian serta kegunaan penelitian dan penegasan istilah dan hal apa yang akan ada dalam skripsi ini.

Dalam bab kedua ini berisi kajian pustaka yang membahas tentang diferensiasi produk, promosi, pembiayaan *Murabahah*, minat anggota, kajian penelitian terdahulu yang sehubungan dengan judul peneliti, kerangka hipotesis untuk mempermudah pembaca dan hipotesis penelitian. Kaitannya bab kedua ini dengan bab pertama yaitu pada bab ini menjelaskan mengenai teori dari berbagai variabel yang tercantum dalam judul sehingga dapat menjadi acuan untuk bab selanjutnya.

Dalam bab ketiga ini dijelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan analisis data. Pada bab ini penulis menjelaskan secara rinci

mengenai cara dan pengaplikasian data yang diperoleh dan cara mengolahnya yang disesuaikan dengan judul skripsi ini.

Dalam bab keempat ini berisi hasil penelitian yang disajikan dalam sebuah data yang sebelumnya telah diuji terlebih dahulu keabsahaan data tersebut oleh penguji dan kemudian dipaparkan. Paparan tersebut diperoleh dari pengamatan, wawancara, penyebaran kuesioner dari anggota serta informasi lainnya. Sehingga dalam bab ini merupakan penyajian hasil penelitian data dari lapangan yang telah disusun sedemikian rupa.

Dalam bab kelima ini berisi mengenai pembahasan, yang didalamnya berisikan mengenai pemaparan atas jawaban dari rumusan masalah yang telah dibuat oleh peneliti yang kemudian dipaparkan dalam bab ini. Dan juga kaitannya dengan latar belakang maupun fokus penelitian dan teori yang ada.

Dalam bab keenam ini menguraikan tentang kesimpulan penelitian yang dilakukan berdasarkan analisis data dari temuan di lapangan, implikasi penelitian dan adapun saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian ini, baik kepada pihak lembaga maupun pihak lain yang ingin mengadakan penelitian lanjutan.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup penulis.