

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis sangat ketat, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Salah satu tantangan terbesar dalam dunia bisnis di era ini adalah mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Salah satu hal terpenting dalam bidang jasa yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan yaitu kualitas pelayanan.¹

Tidak hanya industri manufaktur saja yang mendominasi aktivitas perekonomian di seluruh dunia, namun industri jasa turut juga memegang peranan cukup penting. Sebagai mengembangkan karir, bahkan jasa telah menjadi suatu industri yang mampu memberikan sumbangan pendapatan nasional. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing, penyerahan lebih cepat dan layanan yang baik kepada pelanggan sebagai sektor ekonomi yang memiliki peran strategis bagi kemajuan masyarakat di sebuah negara.²

Fenomena bisnis saat ini yang sangat mendorong kegiatan jasa pengiriman barang adalah toko online (*online shop*). Jasa pengiriman

¹ Priyanto Adi Wibowo & Abid Muhtarom, "Determinasi Kualitas Pelayanan: Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada J&T Express Lamongan)", Universitas Islam Lamongan, Volume III No. 2, Juni 2018, 664

² Brillyan Jaya Sakti & Mahfudz, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan, (Studi pada J&T Express Kota Semarang)", Diponegoro Journal of Management Volume 7, Nomor 4, Tahun 2018, 3.

dalam hal ini berperan sebagai perantara antara pembeli dan penjual. Pengiriman barang yang terlibat dalam transaksi online shop tersebut tidak hanya terbatas pada ruang lingkup domestic saja namun juga internasional.

Tumbuhnya bisnis berdampak pada semakin tingginya kebutuhan pengiriman barang. Semua konsumen membutuhkan pengiriman barang yang cepat dan aman untuk memastikan barang yang dikirimkan sampai pada waktu yang tepat dan dalam kondisi yang baik. Perusahaan yang memberikan jasa yang berkualitas dan bermutu, yang dapat memenuhi tingkat kepentingan konsumen akan dapat lebih bertahan karena menciptakan nilai yang lebih unggul dari pada pesaingnya. Salah satu industri jasa yang dapat menerapkan hal tersebut adalah industri jasa logistik atau pengiriman barang.

Tumbuhnya bisnis berdampak pada semakin tingginya kebutuhan pengiriman barang. Semua konsumen membutuhkan pengiriman barang yang cepat dan aman untuk memastikan barang yang dikirimkan sampai pada waktu yang tepat dan dalam kondisi yang baik. Semakin banyak masyarakat yang membutuhkan dan menggunakan jasa pengiriman, membuat perusahaan berlomba-lomba memberikan pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Dengan memahami apa yang diinginkan pelanggan dari kualitas layanan yang diberikan, maka akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Pelayanan yang diberikan tergantung kinerja karyawan yang dikerjakan terhadap setiap individu penyedia jasa. Setiap perusahaan memiliki beberapa pelayanan terdiri dari biaya, persyaratan, prosedur, dan waktu sehingga karyawan memaksimalkan pelayanan untuk pelanggan.

Masih banyak pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen, sehingga membuat kualitas jasa yang dihasilkan sangat rendah dan tidak memuaskan konsumen. Hal ini membuat pelayanan perusahaan tersebut menjadi buruk di mata para konsumen dan akhirnya merugikan perusahaan itu sendiri.

Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan.³

Survive tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya. Kepuasan pelanggan bisa menjadi senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan tetapi bisa juga sebaliknya, dimana hal itu bisa menjadi bumerang yang dapat menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks. Pihak manajemen perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas pelayanannya dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dari pelanggannya. Bagaimana mereka merancang pelayanan mereka terhadap pelanggan sehingga

³ Januar Efendi Panjaitan & Ai Lili Yuliati, "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung", Universitas Telkom Bandung, DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016, 266-267

para pelanggan selalu merasa terpuaskan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut.

Semuanya itu perlu ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai profitabilitas yang tinggi sehingga perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan persaingan dan bisa menjadi pemimpin pasar yang tangguh. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Dalam persaingannya dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya.

Selain dari faktor kualitas pelayanan, teknologi pelacak pesanan, harga atau tarif pada istilah jasa pengiriman merupakan faktor penting dalam pemilihan industri jasa pengiriman yang dipilih oleh konsumen. Tarif pada industri jasa pengiriman di Indonesia memiliki penawaran yang variatif dimana harga yang ditawarkan pun tidak berbeda jauh satu sama lainnya jika melihat dari aplikasi-aplikasi *online shopping* yang populer di Indonesia. Preferensi konsumen dalam memilih tarif yang murah atau mahal mungkin dapat bergantung kepada kualitas pelayanan yang diberikan atau pengalaman menggunakan jasa pengiriman. Biasanya kita sebagai konsumen, akan mendapatkan efek jera untuk menggunakan kembali jika pelayanan yang diberikan tidak memuaskan atau bahkan buruk.⁴

Penyedia jasa pengiriman sangat banyak, salah satunya adalah J&T Express yang juga menangkap peluang ini. J&T Express sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk

⁴ Echo Perdana Kusumah, "Respon Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan, Penerimaan Teknologi "*Tracking System*" dan harga Pada Industri Jasa Pengiriman", JIBEKA (Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia), Volume 13 Number 2 (2019), 112

memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan pada perusahaan pengiriman barang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

J&T Express adalah perusahaan jasa layanan pengiriman barang, baik berupa dokumen maupun paket. J&T Express merupakan perusahaan baru yang juga menggunakan IT dalam menawarkan jasanya, perusahaan ini menawarkan kelebihan berupa jemput barang, sehingga para pelanggan tidak perlu mendatangi kantor J&T hal ini sesuai dengan simbol mereka berbunyi antar jemput barang secara gratis. Ada beberapa keunggulan dalam jasa J&T Ekpress yaitu:

1. Barang terjamin untuk di kirim ke alamat tujuan
2. Tarif biaya kirim yang tergolong ekonomis,
3. Informasi layanan, tarif dan jaringan tersedia di www.jet.co.id,
4. Jaringan pengiriman barang melalui J&T Ekpress menjangkau seluruh Indonesia (lebih dari 1000 drop point dan 381 kota di Indonesia.
5. Jemput barang ditempat gratis untuk siapa saja tanpa syarat,
6. Layanan costumers yang diberikan 24 jam,
7. Proses ganti rugi barang yang tepat.

Sebagai perusahaan yang tergolong baru J&T Ekpress fokus memperluas usahanya. Terbukti dengan, J&T Express akan memperluas jaringan di Indonesia. Untuk itu mereka menyiapkan pendanaan baru yang nilainya melebihi US\$ 100 juta atau setara Rp 1,3 triliun (US\$ 1 Rp = 13.300) (Detik.com 2017).

Dalam menentukan kepuasan konsumen di J&T Ekpress faktor yang harus dipenuhi antara lain kualitas pelayanan yang baik didalam

suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan perusahaan lainnya. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan menggunakan kembali serta memberi rekomendasi kepada orang lain tentang perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari

Dewasa ini, tekanan kompetisi memaksa perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memenuhi kepuasan pelanggan. Semakin lama, semakin banyak “pemain” baru di dunia layanan jasa pengiriman barang. Oleh karenanya, perlu dilakukan juga suatu telaah mengenai konsep loyalitas pelanggan, yaitu menjaga pelanggan agar tetap setia menggunakan jasa J&T Express.

Untuk dapat mengetahui pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut, pada tanggal 9 Desember 2019 peneliti melakukan observasi awal di J&T Express yang terletak di Ruko Citraland Blok B No. 3, Jalan Kolonel Tubagus Suwandi, Kecamatan Serang, Kota Serang. Lokasi ini dipilih karena merupakan kantor pusat J&T Express wilayah Serang. Lokasi ini juga yang akan menjadi objek penelitian di dalam penelitian ini.

Observasi dilakukan dengan melakukan wawancara singkat kepada sepuluh pelanggan J&T Express di kota Serang yang dipilih secara acak. Kemudian peneliti membuat daftar mengenai pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan terhadap jasa pengiriman dengan

keadaan aktual yang diberikan oleh J&T Express. Hasil observasi tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.1
Pelayanan yang diharapkan konsumen dengan
Keadaan actual yang diberikan J&T Express

No	Pelayanan yang diharapkan konsumen	Pelayanan standar yang ditetapkan J&T Express	Keadaan actual yang terjadi
1.	Memiliki website agar konsumen dapat memperoleh informasi Mengenai perusahaan	Memiliki <i>website</i>	J&T Express memiliki website www.jet.co.id sebagai sarana pemberitaan informasi
2.	Mampu memberitahukan letak keberadaan barang secara <i>real-time</i>	Memiliki fasilitas <i>Online Tracking</i>	J&T Express telah memiliki fasilitas Online Tracking pada Website jet.co.id yang dapat diakses oleh konsumen dengan memasukkan nomor resi yang terdapat pada nota pengiriman

3.	Pendistribusian barang yang cepat	Estimasi waktu barang sampai sesuai dengan pilihan paket pengiriman yaitu: a. Paket kilat untuk 1 hari sampai. b. Paket regular dengan diestimasi 3-6 hari tergantung jarak	J&T Express pernah melakukan pengiriman barang dengan waktu yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan bahkan keberadaan barang tidak sampai.
4.	Bertanggung jawab terhadap keamanan barang yang dikirimkan.	Akan mengganti barang yang hilang atau rusak maksimal sepuluh kali lipat dari ongkos kirim. Jika diasuransikan maka J&T Express akan menanggung biaya ganti rugi	Pernah terjadi barang yang diterima pelanggan rusak atau tidak sesuai dengan kondisi pada saat dikirim.

		keseluruhan dari harga barang yang hilang atau rusak tersebut.	
5.	Handal dalam menanggulangi masalah	Memiliki Costumer Service dan Call Center yang professional untuk melayani keluhan Pelanggan	J&T Express telah memiliki Costumer Service dan Call Center di line telephone 021-7911485, akan tetapi CS ini sulit untuk di hubungi

Dari tabel 1 tersebut di atas, dapat diketahui bahwa hampir seluruh pelayanan yang diharapkan oleh konsumen sudah dipenuhi oleh J&T Express. Namun pada point diatas, terdapat gap antara harapan konsumen dengan kenyataan yang terjadi, seperti status pengiriman barang diterima sedangkan barang belum sampai dan juga *Costumer Service* dan *Call Center* susah dihubungi. Hal ini bisa dilihat pada dikolom komentar yang ada di website resmi J&T Express Ruko Citra Land terdapat keluhan-keluhan pelanggan.

Dengan adanya permasalahan tersebut di atas, hal ini akan menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan J&T Express. Apabila hal ini dibiarkan akan mengakibatkan kerugian yang cukup besar bagi J&T Express ke depannya. Permasalahan ini perlu segera diatasi karena akan memberikan dampak

kepada perusahaan dimana kualitas pelayanan yang kurang/tidak sesuai dengan harapan pelanggan akan memberikan pengaruh yang kurang baik kepada kepuasan pelanggan yang akhirnya akan berdampak pada keuntungan perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh pelayanan dalam bidang jasa pengiriman barang. Penulis mengangkat judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi di J&T Express Ruko Citraland Kec. Serang, Kota. Serang-Banten)**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan yang digunakan sebagai dasar penelitian meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.
2. Kurangnya fasilitas dan layanan yang diberikan J&T Express Ruko Citraland Kota Serang
3. Kurang cepat dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan J&T Express Ruko Citraland Kota Serang.
4. Kurang handal dalam menangani keluhan konsumen J&T Express Ruko Citraland Kota Serang

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis membuat pertanyaan sebagai perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Ruko Citraland Kota Serang.?
2. Seberapa besar kualitas pelayanan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Ruko Citraland Kota Serang.?

D. Batasan Masalah

Untuk mengantisipasi meluasnya pembahasan yang akan penulis teliti dan penulis laporkan dalam skripsi ini, maka penulis memberikan batasan dalam masalah ini:

1. Penelitian dilaksanakan di J&T Express Ruko Citraland Blok B No. 3, Jalan Kolonel Tubagus Suwardi, Kecamatan Serang, Kota Serang, Banten. Data yang diambil adalah data yang berasal dari kuesioner yang diisi oleh konsumen yang datang.
2. Analisis ini hanya untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Ruko Citraland Blok B No. 3, Jalan Kolonel Tubagus Suwardi, Kecamatan Serang, Kota Serang, Banten.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

- a. Untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Ruko Citraland Kota Serang.!
- b. Untuk menganalisa seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Ruko Citraland Kota Serang.!

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini, yaitu:

1. Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat sebagai bahan pedoman atau pembandingan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun proposal skripsi dengan baik dan benar.

2. Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat sebagai bahan pedoman atau pembandingan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun proposal skripsi dengan baik dan benar.

G. Kerangka Pemikiran

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dalam Selvy, kepuasan pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Keberhasilan perusahaan apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas dan di mata pelanggan citra menjadi positif.⁵

⁵ Selvy Normasari, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol. 6 No. 2 Desember 2013, 2

Kualitas pelayanan harus memenuhi beberapa kriteria yaitu:

a. Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung meliputi penampakan dari fasilitas, gedung, peralatan dan penampilan dari karyawan perusahaan. Sebuah perusahaan yang mempunyai fasilitas yang lengkap serta gedung yang memadai akan mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut. Konsumen selalu mencoba untuk menilai suatu pelayanan atau servis jasa sebelum mereka membeli, mereka tidak mampu untuk melihat jasa itu sendiri, mereka akan mendasarkan penilaian mereka terhadap semua benda-benda yang berasosiasi dengan jasa itu sendiri.

b. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.⁶ Keandalan menunjukkan seberapa jauh penyedia jasa sanggup memberikan pelayanan atau jasa sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan tepat. *Reliability* bukan hanya sangat penting untuk masalah-masalah yang sangat besar, tapi seringkali jasa yang kecil pun merupakan hal yang penting untuk konsumen dalam memberikan evaluasi apakah suatu jasa berkualitas tinggi atau rendah. Akibat dari pelayanan yang jelek, perusahaan akan menerima publikasi yang negatif dan hal itu menyebabkan berkurangnya konsumen yang akan membeli jasa dikemudian hari.

⁶Panjaitan & Ai Lili Yuliati, "Pengaruh Pelayanan Terhadap, 270

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa.⁷ Daya Tanggap, menunjukkan kemauan dan komitmen dari penyedia jasa untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa pada waktu yang tepat.

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan.⁸

e. Empati (*Emphaty*)

Empati, meliputi *aces, communication, dan understanding customer*. Kemampuan berkomunikasi para karyawan untuk menjelaskan dengan baik mengenai pelayanan yang disediakan akan memberikan dampak positif dari penilaian konsumen. Yang perlu diperhatikan lagi adalah mengerti keinginan konsumen, hal ini tidak boleh diremehkan.

2. Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dalam Tambunan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.⁹

⁷ Panjaitan & Ai Lili Yuliaty, "Pengaruh Pelayanan Terhadap, 270

⁸ Panjaitan & Ai Lili Yuliaty, "Pengaruh Pelayanan Terhadap, 270

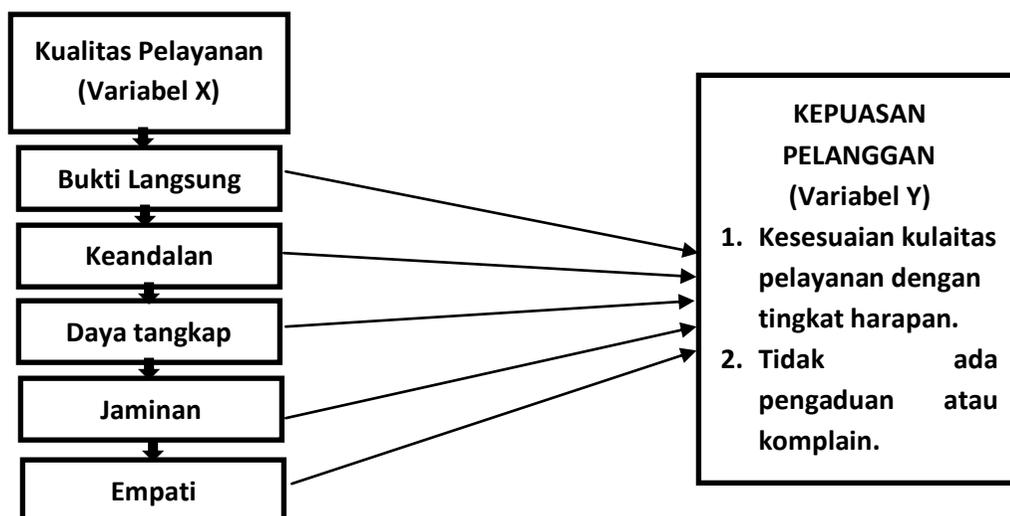
⁹ Putri Rahmayanti Tambunan & Bethani Suryawardani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. JNE Perwakilan Kawalayaan

Menurut Kotler & Keller dalam Tambunan kepuasan juga tergantung pada kualitas produk dan jasa. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan.¹⁰

Berdasarkan teori tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci utama untuk mendapatkan kepuasan pelanggan terutama untuk produk jasa dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan. Dan konsumen merasa puas apabila kualitas pelayanan sesuai dengan tingkat harapan dan tidak ada pengaduan atau keluhan pelanggan.

Berdasarkan teori diatas, maka dapat dijadikan sebagai kerangka teori seperti bagan dibawah ini:

Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran



Tahun 2014”, Bandung: Universitas Telkom, Banking and Management Review Vol 4 No 2 2015, 556

¹⁰ Rahmayanti Tambunan & Bethani Suryawardani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap, 556

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, terdiri dari Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kerangka Pemikiran, dan Sistematika Pembahasan.

Bab II Kajian Teori, terdiri dari Kualitas Pelayanan meliputi Pengertian Kualitas Pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, pendukung kualitas pelayanan, Klasifikasi kualitas pelayanan, dan Kualitas Pelayanan dalam perspektif Islam. Kepuasan Pelanggan meliputi Pengertian Kepuasan Pelanggan, Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan, Faktor-faktor dalam menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan, Indikator Kepuasan Pelanggan. Dan Penelitian Terdahulu dan Hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian terdiri dari Lokasi Penelitian, Populasi dan Sampel Metode Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Operasional Variabel, *Skala Likert*, dan Alat Analisa

Bab IV Pembahasan Hasil Penelitian, terdiri dari Gambaran Umum Penelitian, Temuan Penelitian, dan Pembahasan Penelitian.

Bab V Penutup, terdiri dari Kesimpulan dan Saran-saran.

