

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi yang semakin modern memberikan peningkatan terhadap perkembangan bisnis di Indonesia, yang mana bisnis merupakan suatu kegiatan pertukaran barang ataupun jasa yang saling menguntungkan dan memberikan manfaat bagi para pelaku bisnis. Menurut bahasa, bisnis memiliki makna sebagai “ *the buying and selling of good and service* ”¹.

Pengimplementasian bisnis bertujuan untuk menghasilkan laba dengan menjual barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satu hal yang menjadi prioritas bagi para pelaku bisnis yaitu untuk mendapatkan profit. Pandemi covid 19 bukan menjadi alasan bagi para pebisnis untuk tidak mengembangkan bisnisnya melainkan ada banyak cara atau peluang untuk mengembangkannya, salah satunya yakni melakukan penjualan secara online. Kemajuan teknologi pada bidang tersebut yaitu beralihnya pasar traditional sebagai media perdagangan menjadi pasar online.

Bisnis online menjadi salah satu trend yang memiliki potensi tinggi dalam jangka panjang, Hal ini mendorong masyarakat untuk menggunakan teknologi dalam dunia perdagangan sebagai salah satu strategi pemasaran², dengan peluang bisnis yang semakin terbuka lebar serta kemudahan dalam mengakses yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Selain itu, masyarakat juga dapat melakukan pembelian sesuai dengan kebutuhan tanpa

¹ Ika Yunia Fauzia, *etika bisnis dalam islam*, (Jakarta: PT kencana, 2013), 3.

² Dicky Nofriansyah, dkk, *Bisnis Online Strategi dan Peluang Usaha*, (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), 1.

harus mandangi lokasi, dengan banyaknya pilihan produk serta penetapan harga yang berbeda. Media yang dilakukan dalam berbelanja online ada beberapa macam yaitu *online shop chat*, *e-commerce*, *marketplace* dan lain-lain.

Dalam menjalankan bisnis online tentunya memiliki kekurangan dan keunggulan, salah satu keunggulannya yakni tidak membutuhkan modal yang terlalu besar karena banyak peluang yang dapat dijalankan dengan menggunakan modal kecil ataupun tanpa modal sama sekali, dan memanfaatkan handphone dan jaringan internet sebagai alat atau media transaksi secara online. Pada bisnis online terdapat dua sistem penjualan yang bisa diterapkan untuk mendapatkan barang yaitu sebagai *reseller* atau *dropship*. Jenis usaha tersebut saat ini sangat populer dan banyak diminati karena aksesibilitasnya yang mudah dijangkau³.

Kosmetik merupakan produk yang menjadi kebutuhan dasar bagi konsumen yang menggunakannya. Penggunaan kosmetik saat ini semakin meluas dan tidak mengenal usia serta jenis kelamin karena meningkatnya antusiasme konsumen pada produk perawatan kulit atau kecantikan, khususnya bagi kaum perempuan. Di Indonesia, terdapat beberapa produk kecantikan dengan brand kosmetik yang banyak diminati konsumen, seperti halnya produk Ms Glow, Scarlett Whitening, Wardah, Emina, Somethinc, Avoskin dan masih banyak produk lainnya⁴. Produk-produk tersebut sudah

³ Febrian Wahyu, *Berwirausaha sejak Mahasiswa*, (Yogyakarta: CV. Diandra Primamitra Media, 2020), 61.

⁴ May Sella Anggraini, Skripsi " *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Ms Glow Cabang Di Klaten* " (Klaten: UWD, 2021), 3.

mendapatkan sertifikasi halal, BPOM, dan aman untuk digunakan dalam jangka panjang.

Salah satu produk lokal adalah produk Ms Glow. Produk MS Glow merupakan produk lokal yang menjadi best produk kecantikan dan memiliki banyak peminat baik konsumen maupun produsen yang tertarik untuk menggunakan ataupun memasarkan produk tersebut. Ms Glow memiliki Sertifikasi halal, BPOM dan sudah memiliki laboratorium dan apoteker sehingga Ms Glow memenuhi syarat dan lulus uji CKBP sebagai bukti bahwa produk tersebut aman untuk digunakan dalam jangka panjang⁵.

Berdasarkan sistem pemasaran produk Ms Glow terdapat 4 tingkatan level yaitu : Reseller, Member, Agen, dan Distributor. Setiap tingkatan level memiliki peraturan yang mengharuskan mereka membeli produk dengan minimal pembelian paket berdasarkan level yang diambil. Sebagai contoh jika ingin menjadi Reseller maka harus melakukan pembelian diawal sebanyak 12 paket dengan harga 250/paket dan mendapatkan id resmi dari Ms glow yang bisa dicek di web sebagai bukti bahwa produk yang dijual benar-benar dijamin keasliannya. Adapun sistem penjualan yang harus dipatuhi dalam peraturan management pusat yaitu menyatakan bahwa harga jual produk Ms Glow sudah ditentukan dan tidak boleh dikurangi ataupun ditambahkan, karena keseluruhan semua harga sama rata. Untuk mengadakan promo dengan harga dibawah resmi pihak management menginformasikan di

⁵ <https://msglowclinic.com/review-ms-glow>. 9 Alasan mengapa Review Ms Glow selalu diminati. Diakses 15 maret 2022.

sosial media seperti Instagram atau facebook sehingga para reseller wajib mengikutinya⁶.

Harga dalam ekonomi termasuk salah satu dari bauran pemasaran yang mendapatkan keuntungan. Harga yang dimaksud adalah sejumlah uang sebagai alat untuk memperoleh produk atau jasa sebagai penentu nilai suatu produk⁷. dengan adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan pembelian barang dan jasa yang diinginkan. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi⁸.

Penetapan harga adalah proses menentukan nilai yang akan diterima oleh produsen dalam melakukan pertukaran barang dan jasa. Dalam dunia bisnis harga merupakan salah satu bentuk persaingan bisnis yang sering terjadi apalagi pelaku bisnis tersebut kebanyakan menjual produk yang sama. Hal tersebut dapat terjadi karena semakin banyak pengusaha yang terjun dan bersaing dalam menjual satu produk yang sama maka akan semakin mempertinggi tingkat persaingan yang terjadi. Persaingan yang semakin tinggi akan cenderung menggunakan harga sebagai alat persaingan mereka, artinya pedagang akan cenderung saling menurunkan harga jual produknya guna merebut minat beli para konsumennya. Banyak cara yang dilakukan oleh penjual dalam menetapkan harga, kesalahan dalam penentuan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak yang berjangka.

⁶ <https://ms-glow.store/blog/sistem-ms-glow>. Ms Glow Store Inc. Surabaya Diakses 12-11-2021.

⁷ Jackson R.S Weenas, "Kualitas produk, Harga, Promosi dan Kualitas pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta", *Jurnal EMBA*, vol. 1 No. 14 (2013), 609

⁸ Verina H. Secapramana, "Model Dalam Strategi Penetapan Harga", Vol. 9 No. 1 (2000), 33.

Tindakan penetapan harga yang melanggar etika dapat menimbulkan pelaku usaha tidak disukai oleh para pengusaha lainnya dan juga tidak disukai oleh para pembeli⁹.

Tindakan penetapan harga tersebut tentunya telah dilakukan oleh beberapa pelaku bisnis yang ada di berbagai daerah di Indonesia. Salah satunya terdapat di Pulau Madura tepatnya di Kota Sampang Kecamatan Ketapang Desa Ketapang Laok yang menjual produk Ms Glow. Produk Ms Glow mulai terkenal di Kecamatan ketapang sejak tahun 2020. Hampir setiap desa bahkan dusun ada yang menjual produk Ms Glow. di Desa Ketapang Laok terdapat beberapa penjual produk Ms Glow yang memasarkan produknya secara online maupun offline dengan menetapkan harga jual yang rendah dari harga yang telah ditentukan. Produk Ms Glow yang paling laku terjual adalah produk basicnya seperti produk perpaket, serum dan essens, Mereka menjual dengan harga murah seperti 240,250,260, dan 270/paket dengan iming-iming mengadakan promo dalam jangka panjang. Banyaknya para penjual produk Ms Glow dalam satu desa, maka persaingan jual belipun tidak terelakan lagi. Penjual produk Ms Glow di desa ketapang laok ini bervariasi mulai dari penjual yang berstatus *reseller* maupun dropship. Mereka berlomba-lomba untuk menarik minat beli para pelanggan agar mau membeli produknya.

Dalam sistem penjualan tersebut, *Reseller* lebih banyak mendapatkan keuntungan dari pada Dropship karena dropship disini tidak harus melakukan

⁹ Alexander Wirapraja, dkk, *Manajemen Pemasaran Perusahaan*, (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 83.

minimal pembelanjaan untuk bergabung menjadi team Ms glow. Keragaman para pelaku bisnis tersebut tentunya terdapat penerapan sistem penjualan yang berbeda-beda untuk menguasai pangsa pasar, mulai dari strategi promosi ataupun menjual barang-barang dengan harga yang lebih murah dibanding dengan pelaku bisnis lainnya. Para pelaku bisnis tersebut saling bersaing strategi untuk menarik perhatian para pembeli. Berikut adalah data keseluruhan para penjual Ms glow di Desa Ketapang Sampang:

Tabel 1.1

Data penjual Produk Ms Glow Di Desa Ketapang Laok Tahun 2021

No	Penjual Ms Glow diketapang	Yang menjual harga rata-rata	Yang menjual dibawah harga pusat
1	15 orang	7 orang	8 orang

Sumber: Data lapangan di desa Ketapang Laok

Dari data diatas menunjukkan lebih banyak pelaku bisnis produk Ms Glow yang ada desa Ketapang Laok kecamatan Ketapang kabupaten Sampang yang menetapkan harga jualnya lebih rendah dengan jenis produk serta kualitas produk yang sama dari seller yang mengikuti ketetapan harga jual dari pusat. Hal ini mengakibatkan seller lainnya yang menetapkan harga sesuai ketentuan pusat resah atas adanya *praktek under based price* karena mengalami penurunan penjualan pada produk Ms Glow yang dijualnya, Serta praktik tersebut menimbulkan rusaknya harga pasar dan mengakibatkan persaingan yang tidak sehat.

Islam menghalalkan jual beli termasuk juga dalam berbisnis, Namun setiap pelaku bisnis harus menjalankan bisnisnya sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan menggunakan tatanan atau aturan dalam berbisnis yang sesuai dengan prinsip syariah maka pelaku bisnis tersebut akan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT di dunia maupun di akhirat. Sebagaimana firman Allah yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا
فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ
فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya :

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”¹⁰.

Salah satu kajian penting dalam Islam adalah persoalan etika bisnis. Etika bisnis selain dapat menjamin kepercayaan dan loyalitas dari semua unsur yang berpengaruh pada perusahaan (*stakeholder loyalty*), juga sangat menentukan maju atau mundurnya perusahaan. Etika bisnis Islami merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah. yang mana harus melakukan hal yang baik dan benar terkait dengan produk,

¹⁰ Departemen Agama R.I, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Toha Putra, Semarang, 1989, 69.

pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan¹¹. Aturan bisnis dalam Islam menjelaskan bagaimana etika yang seharusnya dipraktekkan dalam dunia bisnis oleh para pelaku bisnis muslim¹². Dalam hal ini juga termasuk aturan dalam penetapan harga.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena terdapat penetapan harga yang berbeda antara penjual produk yang sama yang nantinya akan ditinjau sesuai dengan aksioma etika bisnis Islam. Maka dalam hal ini peneliti mengangkat judul **“Analisis *Under Based Price* Produk Ms Glow Dalam Menetapkan Harga Jual Beli *Online Shop* Menurut Etika Bisnis Islam”** melalui judul tersebut peneliti mencoba melakukan penelitian tentang pandangan etika bisnis islam terhadap penetapan harga jual dibawah rata-rata pada produk Ms Glow.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan penulis diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Praktik *Under Based Price* Produk Ms Glow Dalam Menetapkan Harga Jual Beli *Online Shop* Di Desa Ketapang Laok Kecamatan Ketapang Kabupaten Sampang?
2. Bagaimana Pandangan Etika Bisnis Islam Tentang Praktik *Under Based Price* Produk Ms Glow Dalam Menetapkan Harga Jual Beli *Online*

¹¹ Zaenal Aripin, M. Rizqi Padma Negara “*Perilaku Bisnis Etika bisnis dan perilaku Konsumen*” (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021), 8.

¹² Putri Wita Stefhani, Skripsi ” *Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*” (Lampung: IAIN Metro, 2019), 2.

Shop Di Desa Ketapang Laok Kecamatan Ketapang Kabupaten Sampang?

C. TUJUAN dan MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Praktik *Under Based Price* Produk Ms Glow Dalam Menetapkan Harga Jual Beli *Online Shop* Di Desa Ketapang Laok Kecamatan Ketapang Kabupaten Sampang.
2. Untuk Mengetahui Pandangan Etika Bisnis Islam Tentang Praktik *Under Based Price* Produk Ms Glow Dalam Menetapkan Harga Jual Beli *Online Shop* Di Desa Ketapang Laok Kecamatan Ketapang Kabupaten Sampang.

Adapun Manfaat yang diperoleh dengan melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis
Penulis diharapkan mampu menambah wawasan pengetahuan untuk mengetahui *under based price* produk ms glow dalam menetapkan harga jual Beli *Online Shop* menurut etika bisnis islam.
2. Bagi Akademis
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para peneliti selanjutnya dan dapat menambah wawasan berfikir yang baru khususnya mahasiswa ekonomi syariah tentang *under based price*

produk Ms Glow dalam menetapkan harga jual Beli Online Shop menurut etika bisnis islam.

3. Bagi para pelaku bisnis online shop

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para penjual online shop tentang under based price menurut etika bisnis islam dalam menghadapi persaingan bisnis saat ini supaya tidak melakukan under based price dan bersaing secara sehat dan benar sesuai dengan etika bisnis islam.

D. TINJAUAN PUSTAKA

Adapun tinjauan pustaka dari penelitian ini bertujuan sebagai acuan atau perbandingan bagi peneliti dengan peneliti sebelumnya agar dapat menyusun tugas akhir ini dengan baik. Berikut merupakan daftar beberapa penelitian terdahulu:

1. Skripsi oleh Karlinda Fitriani,(2018), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pengrajin Genteng Di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo”, Dalam skripsi ini membahas tentang persaingan yang ada pada pelaku usaha pengrajin genteng didesa wringinanom, mulai dari persaingan strategi hingga persaingan penetapan harga yang sengaja menetapkan harga lebih rendah agar gentengnya segera habis terjual. Dengan kualitas yang sama para pelaku usaha tersebut saling berlomba-lomba menjual genteng dengan harga yang paling murah sehingga menimbulkan

persaingan. Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu adalah pada jenis produk yang mana penelitian ini menganalisis tentang Under Based Price dalam menetapkan Harga Jual yang dilakukan oleh para seller produk Ms Glow dengan Objek Penelitian di Desa Ketapang Laok Kecamatan Ketapang Kabupaten Sampang.

2. Skripsi oleh Uun Widiarli,(2019), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang berjudul “Persaingan Pedagang Kosmetik Terhadap Penetapan Harga Produk diPasar Sentral Pinrang (Perspektif Ekonomi Bisnis Islam)” Dalam Skripsi ini menjelaskan tentang persaingan yang terjadi pada pedagang kosmetik yang bukan hanya antara penjual yang bertempat dipasar saja melainkan dalam bisnis online yang berkecimpung didunia kosmetik. Penetapan harga pada setiap kosmetik berbeda-beda hal ini karena ada beberapa faktor. Diantaranya adalah faktor biaya yaitu biaya produksi, biaya pengiriman serta biaya-biaya lainnya dalam pembuatan dan penjualan kosmetik. Faktor kedua adalah konsumen, sasaran konsumen pengguna kosmetik menjadi penentu dalam penetapan harga untuk mencapai sasaran dari produk yang ditawarkan. Faktor ketiga adalah adanya persaingan, hal ini dikarenakan bukan hanya ada satu produk kosmetik yang ditawarkan, sehingga peneliti tersebut menelaah lebih dalam tentang persaingan antara penguasa satu dengan yang lainnya terhadap penetapan harga produk dipasar sentral pinrang yang berkecimpung didunia kosmetik. Sedangkan perbedaan dari penelitian

ini adalah penelitian ini terpaku pada satu produk kecantikan yaitu produk Ms Glow dengan Objek Penelitian di Kecamatan Ketapang Kabupaten Sampang yang menjelaskan tentang Under Based Price Produk Ms Glow terhadap persaingan penjualan online shop menurut etika bisnis islam.

3. Skripsi oleh Aulia Ma'rifah, (2021), Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang berjudul "Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga Official Store Menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah (Studi *Reseller Skincare* pada *Marketplace* Shope) Dalam skripsi ini menjelaskan tentang banyaknya pelaku usaha *non-official* seperti distributor maupun *Reseller* yang memasarkan produknya menggunakan *Marketplace* dengan selisih perbedaan harga atau dengan menetapkan harga produk dibawah harga resmi *Official Store* yang ditinjau menurut undang-undang serta persaingan tidak sehat menurut fiqh muamalah. Perbedaan dari peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang ialah pada objek penelitian dimana peneliti sekarang fokus pada satu produk kecantikan yaitu produk Ms Glow serta meninjau dari segi etika bisnis islam saja dengan Objek Penelitian di Kecamatan Ketapang Kabupaten Sampang.
4. Skripsi oleh Putri Wita Stefani, (2019), Institut Agama Islam Negri (IAIN) Metro yang berjudul "Persaingan Usaha Dalam Perspektif

Etika Bisnis Islam”(Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur). Skripsi ini membahas tentang persaingan usaha yang terjadi pada pedagang sayur keliling dan warung sayur yang mana mereka melakukan persaingan yang belum sesuai dengan etika bisnis islam dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang mereka miliki, sehingga mereka hanya menerapkan strategi-strategi yang mendatangkan keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa mengikuti ketentuan yang sudah diterapkan dalam etika bisnis islam. Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang mana peneliti terdahulu mengambil studi kasus pedagang sayur dan penelitian sekarang mengambil studi kasus *seller* produk Ms Glow.

5. Skripsi oleh Brian Indrajaya,(2019), Institut Agama Islam Negri (IAIN) Purwokerto yang berjudul “Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karang Lewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam”. Dalam skripsi ini membahas persaingan dikalangan pedagang sembako mulai dari segi produk, harga serta pelayanan. Tetapi persaingan yang paling menonjol adalah dari segi harga yang mana sebagian dari mereka memberikan harga sembako lebih rendah dari pada harga pasar yang menjadi kesepakatan bersama dengan tujuan mematikan pesaingnya. Perbedaan dari penelitian terdahulu adalah terletak pada objek pembahasan dimana peneliti ini

meneliti under based price pada salah satu produk kecantikan yaitu produk Ms Glow menurut etika bisnis islam.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Adapun Sistematis pembahasan dalam penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian landasan teori membahas mengenai beberapa teori yang terkait dengan penelitian penulis, seperti Teori bisnis online, keuntungan dalam bisnis online, Persaingan bisnis online, jenis usaha dalam bisnis online, Teori Harga, penetapan harga, Metode penetapan harga, Tujuan penetapan harga, prosedur penetapan harga, Pengertian etika bisnis islam, Aksioma-Aksioma etika bisnis islam, Menetapkan harga jual dibawah harga pasar menurut bisnis islam

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini membahas metode yang akan digunakan dalam penelitian, seperti : jenis penelitian, Tempat atau Lokasi penelitian, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Analisis Data, Keabsahan Data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas secara umum objek penelitian, jawaban dari rumusan masalah dan pembahasan mengenai hasil temuan dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan langkah terakhir ialah membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh di lapangan dan berisi mengenai saran yang salah satunya diperuntukkan kepada peneliti selanjutnya supaya dapat menyempurnakan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar pustaka berisi rujukan seperti Buku, Jurnal, Skripsi dan Website sebagai penunjang dari penelitian.