

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Karena kehidupan manusia sangat erat kaitannya dengan partisipasi orang-orang disekitarnya, maka manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup di dunia tanpa adanya orang lain. Seseorang terlibat dalam interaksi sosial sebagai bagian dari rutinitas sehari-hari untuk memenuhi semua tuntutan, termasuk tuntutan finansial. Peraturan yang menetapkan batas-batas dan mengendalikan kegiatan-kegiatan ini diperlukan untuk segala jenis interaksi sosial yang berupaya memenuhi kebutuhan manusia

Manusia merupakan makhluk sosial yang mempunyai kewajiban untuk menjunjung tinggi keharmonisan antar sesamanya demi menjaga kelestarian struktur sosial yang menopang masyarakat. Dalam Islam, hubungan antar manusia dapat berbentuk kegiatan muamalah. Konsep Islam tentang muamalah sangat disukai karena memungkinkan adanya imbalan di masa depan bagi semua pihak yang terlibat. Sebaliknya seseorang niscaya akan menderita jika akhlak seseorang tidak senantiasa tinggi. Oleh karena itu, kita harus menjadikan perilaku baik sebagai konsep panduan dalam muamalah dan menerapkannya secara menyeluruh.

Kegiatan bermuamalah sejatinya adalah aktivitas yang diwajibkan oleh Allah SWT untuk memenuhi kebutuhan manusia sehari-hari, mendorong solidaritas sosial dengan membantu sesama, dan mengurangi beban orang lain melalui perbuatan baik. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al Maidah ayat 2 yang berbunyi :

وَلَا تَعَاوُزُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ يَوْمَئِذٍ اللَّهُ إِتَّعَمُ اللَّهُ شَدِيدُ الْعِقَابِ ٢ (المائدة/5: 2)

Artinya : Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.¹

Globalisasi telah melahirkan era kemajuan teknologi yang semakin maju dan berbagai inovasi. Semua lapisan masyarakat sekarang memiliki ponsel pintar, dan banyaknya sumber daya *online* memfasilitasi komunikasi yang lebih baik, pencarian informasi, dan belanja kebutuhan di rumah. *Platform* jejaring sosial seperti Shopee,

¹ Al-Qur'an, Al-Maidah Ayat 2, Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Indonesia, (Kudus: Menara Kudus, 2006)

Instagram, WhatsApp, dan Tiktok adalah contoh dari fungsi ini. Bisnis yang dulunya hanya dilakukan secara *offline* kini mulai beralih ke *platform elektronik online*. *E-commerce* adalah sebutan untuk kegiatan perdagangan yang memanfaatkan media online. Adanya fasilitas ini menciptakan prospek perekonomian yang dapat mendorong perekonomian dan usaha-usaha penunjang. Perkembangan teknologi juga akan mempengaruhi perubahan tersebut.²

Yang dimaksud dengan “*e-commerce*” adalah transaksi yang dilakukan melalui jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Efisiensi waktu dimungkinkan dengan adanya jual beli online, sehingga masyarakat dapat berkomunikasi satu sama lain kapan pun mereka mau tanpa harus bertemu langsung. Dasar dari semua transaksi ini yang memerlukan perjanjian jual beli elektronik adalah rasa saling percaya di antara para pihak. Menurut hukum Islam, transaksi jual beli terjadi apabila dua pihak atau lebih hendak mengalihkan harta atau barang melalui suatu pertukaran, dimana salah satu pihak menyerahkan barang tersebut untuk dijual dan pihak lainnya menerima harga yang disepakati, dengan tunduk pada syarat dan rukun yang berlaku.³

Berdasarkan data Statista Market Insights, jumlah pengguna laptop daring atau *e-commerce* di Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada 2022. Jumlahnya pun diproyeksikan mencapai 196,47 juta pengguna hingga akhir 2023. Jumlah pada tahun 2022 tersebut meningkat 12,79% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 158,65 juta pengguna. Melihat trennya, pengguna *e-commerce* di Indonesia terpantau terus meningkat. Jumlahnya pun diproyeksikan mencapai 196,47 juta pengguna hingga akhir 2023. Tren kenaikan jumlah pengguna *e-commerce* ini diprediksi masih terus terjadi hingga empat tahun ke depan. Pada 2027, Statista memperkirakan jumlah pengguna *e-commerce* di dalam negeri mencapai 244,67 juta orang.⁴

² Imam Mustofa, ‘Transaksi Elektronik (E-Commerce) Dalam Perspektif Fikih’, *Jurnal Hukum Islam*, 10.2 (2016), 157–80 <<https://doi.org/10.28918/jhi.v10i2.563>>.

³ Ida Kurnia and Imelda Martinelli, ‘Permasalahan Dalam Transaksi E-Commerce’, *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4.2 (2021), 343–50 <<https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i2.11457>>.

⁴ Ridhwan Mustajab, ‘Pengguna *E-commerce* RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta pada 2023’, September 4 2023. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>

Gambar 1. 1 Data pengguna *e-commerce* di Indonesia

Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia
(2018-2027*)



Namun di samping meningkatnya penggunaan *e-commerce* di masyarakat, juga memiliki peluang risiko yang merugikan bagi masyarakat. Transaksi jual beli *online* melalui *e-commerce* pada akhirnya menghilangkan aktivitas pertemuan secara langsung antara penjual dan pembeli. Bahkan tak jarang juga antara penjual dan pembeli tidak saling mengenal satu sama lain, terutama ketika melakukan transaksi jual beli di luar marketplace yang terdaftar secara resmi di Indonesia seperti melalui media sosial. Akhirnya, hal ini mempermudah individu yang tidak bertanggung jawab untuk terlibat dalam tindak penipuan *online* dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Berkembangnya *e-commerce* di tengah masyarakat telah memberikan sebuah dampak yang positif maupun negatif. Dampak positif dari adanya transaksi *e-commerce* yaitu memberikan kemudahan dan praktis bagi pelaku usaha untuk menawarkan barang-barang yang di jual kepada konsumen secara *online* tanpa harus konsumen datang langsung ke toko. Selain itu, terdapat pula dampak negatif yaitu Penyalahgunaan data pribadi dalam transaksi elektronik merupakan salah satu risiko yang seringkali menjadi perhatian. Beberapa bentuk penyalahgunaan data pribadi dalam konteks transaksi elektronik melibatkan informasi identitas pengguna yang dapat dimanfaatkan secara tidak sah oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.⁵

Dalam hal transaksi elektronik mekanisme pembayaran yang umum digunakan adalah transfer uang dari pembeli kepada penjual. Saat ini adanya proses pembayaran COD menjadi sistem pembayaran diminati oleh masyarakat. Dalam sistem “*Cash On Delivery*” COD.

⁵ Wilda Sri, Wahyuni Andi, and Tenripadang Basyirah, ‘Dampak Perdagangan Sistem Elektronik Dalam Perspektif Siyash Syar’ Iyyah’, *Siyasatuna*, 3.2 (2022), 304–15.

COD adalah sistem dimana pembeli dan penjual bertemu langsung, memeriksa barang, bernegosiasi dan melakukan pembayaran setelah itu.⁶ Tujuan dari sistem pembayaran COD yaitu untuk memudahkan pembeli dalam melaksanakan pembayaran meskipun tidak memiliki rekening di bank atau kartu kredit, serta apabila tempat tinggal tidak terjangkau dengan beberapa outlet toko yang bekerja sama dengan perusahaan *E-commerce* tersebut seperti Alfamart dan Indomaret. Legalitas mengenai penyelenggara sistem elektronik tercantum dalam ketentuan Pasal 1 Ayat (6) Undang-Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut “UU ITE”) yang menjelaskan bahwa penyelenggaraan sistem elektronik adalah pemanfaatan sistem elektronik oleh penyelenggara negara, orang, badan usaha, dan atau masyarakat. Ketentuan Pasal 15 Ayat (1) Undang-Undang ITE mengatur bahwa setiap penyelenggara sistem elektronik harus menyelenggarakan sistem elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya sistem elektronik sebagaimana mestinya. Penggunaan sistem COD telah menjadi metode salah satu pembayaran paling favorit di kalangan masyarakat dalam melakukan transaksi melalui platform digital. Namun sistem pembayaran COD memiliki dampak negatif seperti menimbulkan risiko tinggi untuk kurir karena seringkali memicu perselisihan dengan konsumen.

Barang yang sampai tidak sesuai, dan pihak mitra (kurir) yang menyerahkan pesanan menjadi pihak yang dianggap bertanggung jawab oleh pembeli atas tidak sesuainya gambar yang ditunjukkan pada situs *e-commerce*, dengan adanya permasalahan ini menggambarkan bahwa deskripsi dan foto saja dari penjual kurang dapat diandalkan oleh konsumen *online* dalam kegiatan pembelian secara *online*. Karena calon pembeli tidak memiliki kesempatan untuk melihat produk secara langsung, maka diperlukannya informasi tambahan tentang produk sebelum mereka membuat keputusan pembelian secara *online*. Oleh karena itu calon pembeli *online* dapat mencari informasi lebih lanjut melalui ulasan dari konsumen sebelumnya. Berkat kemajuan teknologi dan internet, konsumen memiliki akses lebih besar untuk mencari dan berkontribusi dalam ulasan produk atau layanan, sehingga tidak hanya

⁶ Mira Jayanti, ‘Penerapan Akad Salam Dalam Jual Beli Online Pada Kendari Muslim Store Ditinjau Dari Hukum Islam Mira Jayanti, Sriwaty Sakkirang, Dan Jabal Nur Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Kendari, Indonesia’, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 2.No 1 (2019), 172–83.

mengandalkan iklan yang telah dirancang oleh tim pemasaran profesional.⁷

Waktu penyampaian barang yang tidak cocok dengan jadwal telah ditentukan, Ketidakesesuaian antara waktu pengiriman barang yang telah diperjanjikan, hal ini dianggap sebagai wanprestasi. Penentuan apakah suatu keterlambatan pengiriman tersebut merupakan wanprestasi atau perbuatan melawan hukum adalah mengenai ganti ruginya. Ganti kerugian atas dasar wanprestasi telah diatur dalam perjanjian yang disepakati sebelumnya. Menurut Abdul R Saliman dalam bukunya “Esensi Hukum Bisnis Indonesia”, Wanprestasi adalah suatu sikap dimana seseorang tidak memenuhi atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang telah ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kreditur dan debitur. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam layanan jasa pengiriman barang dalam hal keterlambatan tidak dapat dilakukan ganti rugi pada barang yang tidak ada kerusakan atau barang yang hilang karena hanya menimbulkan kerugian immateril. pihak jasa pengiriman hanya akan mengganti kerugian pada konsumen jika dirasa terdapat kerusakan barang atau kehilangan barang dalam proses pengiriman akibat kelalaian dari penyedia jasa pengiriman barang, yang secara langsung merugikan konsumen.⁸

Terjadinya kerusakan barang, kerusakan barang yang terjadi juga bermacam-macam mulai dari rusaknya packaging barang seperti kardus yang penyok, tutup segel dan bubble wrap yang terbuka bahkan kerusakan yang lebih parah hingga mengenai barang yang dikirim seperti barang menjadi pecah dan rusak sehingga tidak dapat digunakan oleh pembeli. Tentunya hal ini dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, kerugian dapat terjadi dalam dua bentuk, yaitu kerugian materiil karena barang yang dibeli tidak dapat digunakan, dan kerugian waktu karena menunggu proses pengemasan dan pengiriman hingga barang tiba, tetapi akhirnya barang tersebut juga tidak dapat digunakan. Biasanya, ketika pembeli menghadapi masalah kerusakan barang, mereka cenderung menghubungi penjual terlebih dahulu karena dianggap sebagai pihak yang dapat menawarkan solusi. Tetapi terkadang penjual juga mungkin sulit bekerjasama dalam hal memberikan tanggung jawab atau memberikan ganti rugi atas barang

⁷ Dwi Ika Sugiarti and Rhoma Iskandar, ‘Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee’, *Jurnal Sosial Teknologi*, 1.9 (2021), 954–62 <<https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v1i9.195>>.

⁸ Gisa Inggit, Maulidia Fakultas, and Universitas Pasundan, ‘Perlindungan Konsumen Terhadap Kerugian Estimasi Waktu Pengiriman Barang Dalam Transaksi Jual Beli’, 2023, 1–15 <<https://doi.org/10.11111/dassollen.xxxxxxx>>.

yang rusak. Beberapa penjual berpendapat bahwa hal tersebut bukan lagi menjadi tanggung jawab mereka, dan alasan yang sering digunakan adalah bahwa mereka telah memenuhi kewajiban mereka dengan mengirimkan barang sesuai pesanan konsumen.⁹

Sedangkan dari sisi pelayanan pengiriman juga sulit untuk dihubungi dan dimintai pertanggung-jawaban, padahal mengacu pada Pasal 468 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) “Persetujuan pengangkutan mewajibkan si pengangkut untuk menjaga akan keselamatan barang yang harus diangkutnya, mulai saat diterimanya hingga saat diserahkannya barang tersebut”. Umumnya, pembeli perlu menghubungi pusat layanan pelanggan penyedia jasa pengiriman untuk melaporkan kerusakan barang. Selanjutnya, pembeli juga harus menyediakan bukti kerusakan barang, dan pihak layanan pengiriman harus memeriksa apakah kerusakan barang terjadi selama pengiriman atau mungkin terjadi sebelumnya akibat kesalahan penjual. Namun, dalam praktiknya, tidak semua pusat layanan pelanggan penyedia jasa pengiriman memberikan respons yang memadai. Banyak kasus di mana kerusakan barang tidak mendapatkan informasi yang jelas dari pihak layanan pengiriman. Proses ini bisa menjadi panjang dan rumit, sehingga banyak pembeli yang enggan melanjutkan proses pengajuan klaim kerugian. Akhirnya, pembeli mungkin memberikan ulasan atau penilaian buruk, seperti memberikan satu bintang, kepada penjual, meskipun sebenarnya mereka memiliki hak untuk mendapatkan barang sesuai pesanan mereka. Penilaian yang buruk tersebut bisa merugikan penjual, padahal mereka merasa bahwa kerusakan barang adalah tanggung jawab penyedia jasa pengiriman. Ini menunjukkan adanya kekurangan dalam memberikan informasi yang jelas ketika terjadi kerusakan barang dalam proses pengiriman. Hal ini kerap menimbulkan perselisihan yang melibatkan kekerasan, baik secara fisik maupun verbal.¹⁰

Prinsip jual beli dalam Islam adalah melarang merugikan salah satu pihak, baik penjual maupun pembeli dengan menjauhi praktik riba dan segala bentuknya. Agar jual beli dapat dianggap sah dan memberikan mafaaf yang sesuai, perlu memenuhi rukun dan syarat

⁹ Saffana Azzahra and Zahry Vandawati Chumaida, ‘Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Kerusakan Barang Dalam Proses Pengangkutan Yang Di Beli Melalui Tiktok Shop’, *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6.2 (2023), 1092–99 <<https://doi.org/10.54371/jiip.v6i2.1643>>.

¹⁰ Widya Agung Kristanti Afida Ainur Rokfa, Angel Rezky Pratama Tanda, Arytasia Dewi Anugraheni, ‘Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran Cash on Delivery (Cod) Pada Media E-Commerce’, *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 6.2 (2022), 161–73 <<https://doi.org/10.23920/jbmh.v6i2.533>>.

yang terkait dengan penjual, pembeli, dan barang yang diperdagangkan. Hal ini bertujuan untuk menjalankan jual beli dengan cara yang benar, jujur, dan adil serta untuk membangun rasa percaya antar pihak yang terlibat. Prinsip ini mendorong pelaku bisnis untuk bersikap adil dan menghindari tindakan yang merugikan atau praktik riba. Dengan demikian, bisnis yang dilakukan diharapkan akan membawa berkah dan kesuksesan, baik didunia maupun akhirat. Dalam proses jual beli, setiap pihak memiliki tujuan tertentu yang mendorong mereka melakukan akad jual beli tersebut. Jual beli memiliki peranyang sangat penting, karena jika melibatkan transaksi yang bertentangan dengan prinsip-prinsip hukum islam, maka transaksi tersebut di anggap tidak sah. Dalam islam, memaparkan tentang bagaimana dalam berakad, mengenai barang yang samar dan tidak jelas barang yang akan dijual karena ketidaktahuan, dan barang yang akan di akadkan tidak diketahui keadaan harga atau besarnya barang yang dijualkan. Semua risiko kerusakan barang setelah diserahkan barang antara penjual dan pembeli sepenuhnya menjadi tanggung jawab pembeli. Yang berkewajiban untuk membayar keseluruhan harga sesuai kesepakatan. Namun ada opsi lain dari penjual seperti adanya penjaminan atau garansi, dimana penjual wajib mengganti harga barang atau menggantikannya dengan barang yang sama jika barang yang sudah dibeli mengalami kerusakan atau cacat, sesuai kesepakatan bersama.¹¹

Dari fenomena yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap akad transaksi pada bisnis Sultan Store. Dalam penelitian ini, menurut penulis akad transaksi pada bisnis Sultan Store adalah suatu inovasi bisnis baru yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi sehingga menarik untuk ditinjau lebih lanjut. Guna mengetahui pelaksanaan akad transaksi pada Sultan Store. Maka penulis ingin melakukan penelitian dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul “Analisis Akad Transaksi Pada Sultan Store Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”.

¹¹ Dede Aji Dede Aji and Muhammad Abduh, ‘Implementasi Akad Salam Pada Perusahaan Retail Di Tasikmalaya’, *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law*, 6.2 (2021), 1–11 <<https://doi.org/10.24256/alw.v6i2.2037>>.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan panduan yang merupakan arah penelitian, dalam upaya mengumpulkan informasi serta sebagai pedoman serta sebagai pedoman dalam mengadakan pembahasan atau penganalisaan sehingga penelitian tersebut benar-benar mendapatkan hasil yang diinginkan. Disamping itu juga fokus penelitian merupakan batas ruang dalam pengembangan penelitian supaya penelitian yang dilakukan tidak terlaksana dengan sia-sia karena ketidakjelasan dalam pengembangan pembahasan. Dengan demikian fokus penelitian ini adalah membahas tentang “Analisis Akad Transaksi Pada Sultan Store Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Transaksi Di Sultan Store ?
2. Bagaimana Akad Transaksi Di Sultan Store ?
3. Analisis Bagaimana Akad Transaksi Di Sultan Store Perspektif Hukum Ekonomi Syariah ?

D. Tujuan penelitian

Sejalan dengan pokok bahasan di atas, maka terdapat tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini , yaitu :

1. Untuk mengetahui bentuk dan alur transaksi yang dilakukan di Sultan Store Kudus.
2. Untuk mengetahui bentuk-bentuk akad yang dilakukan di Sultan Store Kudus.
3. Untuk mengetahui akad transaksi yang dilakukan di Sultan Store dalam perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah.

E. Manfaat penelitian

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap agar hasil penelitian dapat memberikan manfaat baik segi teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini sebagai bahan masukan dan menambah wawasan dan pengetahuan mengenai transaksi akad yang ada pada Sultan Store. Penelitian ini juga bermanfaat dalam mengimplementasikan teori-teori oleh peneliti selama masa perkuliahan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi, acuan, bahan bacaan dan sumber informasi akademik untuk peneliti-peneliti berikutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku Bisnis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja para pelaku bisnis *online* khususnya pada Sultan Store untuk teliti dalam pelaksanaan akad agar sesuai dengan aturan.

b. Bagi Masyarakat Luas

Untuk masyarakat luas diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai akad transaksi yang dapat mengutungkan kedua belah pihak tanpa adanya kecurangan-kecurangan yang mungkin terjadi dalam transaksi bisnis *online*.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan merupakan kerangka penelitian yang bertujuan untuk memudahkan pembahasan masalah dalam penelitian ini. Dan dengan maksud untuk memahami masalah secara lebih sistematis dan kronologis, maka sistematika pembahasan ini disusun penulis sebagai berikut:

1) Bagian Pendahuluan

Bagian awal terdiri dari halaman judul, persetujuan pembimbing skripsi, halaman pengesahan, pernyataan keaslian skripsi, motto, persembahan, pedoman transliterasi Arab-Latin, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

2) Bagian Isi

Bagian isi terdiri dari lima bab dimana bab satu sampai dengan bab lima saling terkait, sehingga menjadikan satu kesatuan yang utuh, adapun kelima bab tersebut adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Penelitian secara lengkap meliputi latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian dibahas pada bab ini.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penjelasan teori umum mengenai penelitian yang diteliti, meliputi pengertian *e-commerce*, landasan hukum akad salam dan jual beli, syarat dan ketentuan akad salam dan jual beli, analisis transaksi akad dan teori mengenai transaksi elektronik. Selain itu juga memuat penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, dan juga memuat kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, Sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan analisis data.

BAB IV : PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran profil Sultan Store, mengenai pelaksanaan transaksi dalam bisnis Sultan Store, akad yang digunakan serta analisis akad transaksi di Sultan Store.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menyimpulkan pembahasan penelitian secara keseluruhan dan memuat rekomendasi dan temuan penulis. Bab ini merupakan penutup dari keseluruhan isi pembahasan penelitian, pada bab ini meliputi kesimpulan dan saran dari penulis.

3) Bagian Akhir

Daftar riwayat hidup penulis, lampiran-lampiran, dan daftar pustaka sumber yang digunakan untuk mendukung penelitian dimuat dalam bagian akhir ini.

