

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di dalam kehidupan bermu'amalah, Islam memberikan suatu garis kebijaksanaan perekonomian yang jelas. Transaksi bisnis merupakan hal yang sangat diperhatikan dan dimuliakan oleh Islam. Hukum Islam yang berlaku secara universal sesuai dengan perkembangan umat manusia bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan dan menolak segala kerusakan. Dengan demikian, Allah memberikan inspirasi kepada mereka untuk mengadakan penukaran perdagangan dan semua cara perhubungan, sehingga hidup manusia dapat berdiri dengan lurus dan mekanisme hidup dapat berjalan dengan baik dan produktif.¹

Dunia usaha selalu mengalami perkembangan dan perubahan yang cepat, sehingga menuntut perusahaan untuk dapat merespon perubahan-perubahan yang terjadi tersebut dengan cepat dan tepat. Ketidakmampuan perusahaan merespon persaingan atau kondisi pasar yang ada secara tepat dapat menurunkan loyalitas bahkan dapat berakibat pelanggan berpindah merek.

Tanpa adanya loyalitas dari pelanggan, perusahaan tidak akan berkembang dengan baik, bahkan dapat mengalami *decline* atau penurunan usaha yang bisa mengancam eksistensi perusahaan tersebut. Sehingga isu penting yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik

¹Yusuf Qaradhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, terj. Mu'ammal Hamidy (Indonesia: PT. Bina Ilmu, 1993). hlm. 348.

pelanggan dan mempertahankan loyalitasnya agar dapat terus bertahan dan berkembang.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di era kompetisi bisnis yang semakin ketat seperti saat ini. Pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan sudah tidak diragukan lagi, banyak perusahaan sangat berharap dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan akan memperoleh kesuksesan jangka panjang.

PT. MAH Sajajar Djaya merupakan salah satu perusahaan bisnis yang bergerak di bidang pemasaran tanah kavling. Perusahaan ini sudah menekuni bisnis ini selama belasan tahun. Pembeli tanah kavling ini pun berasal tidak hanya dari pulau Kalimantan saja, namun juga berasal dari Pulau Jawa dan Sumatra. Hal ini menuntut PT. MAH Sajajar Djaya harus memiliki upaya mempertahankan loyalitas nasabahnya (sebutan untuk pembeli tanah kavling PT. MAH Sajajar Djaya).

PT. MAH Sajajar Djaya menjual produk yang di pasarkanya secara kredit, dengan rata-rata cicilan 100 kali (100 bulan). Hal ini tentu harus memiliki loyalitas nasabah agar nasabah tersebut selalu setia membayar cicilan tanahnya sampai lunas. Namun demikian, hal ini tidak sepenuhnya nasabah loyal dalam membayar cicilan tanahnya. Ada saja nasabah yang menunggak hingga menimbulkan kredit macet. Kriteria bagi PT. MAH Sajajar Djaya menyebut nasabahnya mengalami kredit macet yaitu apabila nasabah tidak membayar

cicilannya selama 3 kali berturut-turut. Berikut adalah tabel kredit macet berdasarkan tipe tanah kavling yang dijual di PT. MAH Sajajar Djaya.

Tabel 1.1 Jumlah kredit macet berdasarkan tipe tanah kavling yang dijual di PT. MAH Sajajar Djaya bulan Agustus 2017 (dalam rupiah)

No	Nama	Jumlah
1	SMS Land	255.435.000
2	PIP Land	390.887.000
3	Profit Land	122.165.000
4	Toenas	29.130.000
5	PIB Land	444.940.000
6	PSD Land	269.210.000
7	PIK Land	307.530.000
8	PG Land	628.385.000
9	PMS Land	721.730.000
10	PMS Land	2.021.660.000
11	PMS Land	649.450.000
12	PMS Land	626.050.000
13	PMS Land	151.035.000
14	PIS Land	231.750.000
15	ASMI Land	243.300.000
Grand Total		7.092.657.000

Sumber: Data PT. MAH Sajajar Djaya Tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah kredit macet yang terjadi di PT. MAH Sajajar Djaya masih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah membayar tanah kavling masih rendah, padahal membayar cicilan tanah kavling termasuk utang, dan utang harus dibayar.

Orang yang berutang hendaknya ia berusaha melunasi utangnya sesegera mungkin tatkala ia telah memiliki kemampuan untuk mengembalikan utangnya itu. Sebab orang yang menunda-nunda pelunasan utang padahal ia telah mampu, maka ia tergolong orang yang berbuat zalim sebagaimana sabda Nabi Saw.

حَدَّثَنَا مُسَدَّدٌ: حَدَّثَنَا عَبْدُ الْأَعْلَى عَنْ مَعْمَرٍ، عَنْ هَمَّامِ بْنِ مُنَبِّهٍ أَخِي وَهَبِ بْنِ مُنَبِّهٍ: أَنَّهُ سَمِعَ أَبَاهُ زَيْدَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ يَقُولُ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: (مَطْلُ الْغَنِيِّ ظُلْمٌ)).

“Musaddad menyampaikan kepada kami dari Abdul A’la, dari Ma’mar, dari Hammam bin Hunabbih, saudara Wahb bin Munabbih, yang mendengar dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah Saw. bersabda, 'Penundaan pembayaran utang yang dilakukan oleh orang kaya tanpa udzur merupakan sebuah kezaliman.’” (HR. Bukhari).²

Berdasarkan hadits di atas dengan jelas menerangkan bahwa utang harus segera dibayar apabila telah mampu. Seperti halnya dengan membayar cicilan tanah kavling di PT. MAH Sajajar Djaya. Nasabah seharusnya loyal dalam membayar kredit tanah kavlingnya sehingga tidak terjadi kredit macet. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk mengangkat suatu penelitian ilmiah yang berjudul **“Pemeliharaan Loyalitas Nasabah Terhadap Pembayaran Kredit Tanah Kavling di PT. MAH Sajajar Djaya”**.

²Abu Adullah Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Shahih al-Bukhari 1*, terj. Masyhar dan Muhammad Suhandi (Jakarta: Almahira, 2011), hlm. 537

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara PT. MAH Sajajar Djaya mempertahankan loyalitas nasabahnya dalam pembayaran kredit tanah kavling?
2. Apa saja faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya kredit macet di PT. MAH Sajajar Djaya?
3. Bagaimana cara PT. MAH Sajajar Djaya mengatasi kredit macet yang terjadi di perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui cara PT. MAH Sajajar Djaya mempertahankan loyalitas nasabahnya dalam pembayaran kredit tanah kavling.
2. Mengetahui faktor-faktor menyebabkan terjadinya kredit macet di PT. MAH Sajajar Djaya.
3. Mengetahui cara PT. MAH Sajajar Djaya mengatasi kredit macet yang terjadi di perusahaan.

D. Signifikasi Penelitian

Peneliti mengharapkan hasil penelitian ini berguna untuk:

1. Aspek teoritis (keilmuan), menambah wawasan dan pengetahuan seputar permasalahan yang diteliti, baik bagi peneliti sendiri maupun pihak yang lain untuk mengetahui secara mendalam tentang permasalahan tersebut.
2. Aspek praktis (guna laksana), menjadi bahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik yang melakukan penelitian yang lebih kritis dan mendalam mengenai pemeliharaan loyalitas nasabah terhadap pembayaran kredit tanah kavling di PT. MAH Sajajar Djaya dari sudut pandang yang berbeda.
3. Menambah khazanah pengembangan keilmuan pada perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bahan masukan dan informasi bagi para pengusaha atau perusahaan yang ingin mempertahankan loyalitas nasabah atau pelanggannya.

E. Definisi Operasional

1. Pemeliharaan adalah perbuatan memelihara, menjaga, dan merawat.³ Pemeliharaan dalam penelitian ini adalah cara perusahaan dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya.
2. Loyalitas adalah setia pada sesuatu dengan rasa cinta sehingga dengan rasa loyalitas yang tinggi seseorang merasa tidak perlu untuk mendapatkan imbalan dalam melakukan sesuatu untuk perusahaan tempat dia

³W.J.S, Poerwadarnanta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2006) hlm. 860.

melakukan loyalitasnya.⁴ Loyalitas dalam penelitian ini adalah nasabah yang bersedia mencicil kredit tanahnya hingga lunas tanpa tunggakan di perusahaan PT. MAH Sajajar Djaya.

3. Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan bank atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).⁵ Nasabah dalam penelitian ini adalah pembeli tanah kredit di PT. MAH Sajajar Djaya, perusahaan ini menyebut pembelinya sebagai nasabah.
4. Kavling adalah bagian tanah (biasanya untuk bangunan atau tempat tinggal) yang sudah dipetak-petak di ukuran tertentu (oleh pemerintah sesuai dengan rencana tata kota tersebut).⁶ Kavling dalam penelitian ini adalah tanah kavling yang di pasarkan oleh PT. MAH Sajajar Djaya.
5. PT. MAH Sajajar Djaya merupakan badan usaha yang bergerak di bidang tanah kavling di Kalimantan Selatan yang beralamat di Jalan Pramuka Nomor 15 RT 17 Kelurahan Pemurus Luar Banjarmasin Tengah. Kata MAH sendiri merupakan akronim dari *owner* perusahaan yaitu M. Ali Hasni.

⁴*Ibid.*, hlm. 755.

⁵*Ibid.*, hlm. 795.

⁶Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), hlm. 398.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelitian terdahulu yang peneliti kaji berkaitan dengan masalah Pemeliharaan Loyalitas Nasabah Terhadap Pembayaran Kredit Tanah Kavling di PT. MAH Sajajar Djaya, peneliti menemukan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan peneliti teliti yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Adnan, NIM 1101160259 Tahun 2017, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Fkonomi Islam, UIN Antasari Banjarmasin dengan skripsi yang berjudul *Penerapan Relationship Marketing dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Kalsel Kedai Syariah IAIN Antasari Banjarmasin*. Hasil skripsi ini yaitu, menunjukkan adanya beberapa hal yang diterapkan oleh Bank Kalses Kedai Syariah IAIN Antasari Banjarmasin dalam hal meningkatkan loyalitas nasabah melalui penerapan *relationship marketing*. Penerapan tersebut berbeda-beda disesuaikan dengan tahapan loyalitas nasabah, meskipun tidak terlepas di dalam penerapan terdapat sejumlah hambatan yang dihadapi. Penerapan *relationship marketing* dari Bank Kalsel Syariah adalah menjalin keakraban yang lebih mendalam kepada nasabah, sehingga nasabah menganggap karyawan Bank Kalsel Syariah seperti teman atau keluarga sendiri. Sedangkan faktor-faktor penghambat dalam penerapan *relationship marketing* pada Bank Kalsel Kedai Syariah IAIN Antasari Banjarmasin adalah dari banyaknya pesaing dan terbatasnya

ruang lingkup pelayanan Bank Kalsel Syariah.⁷ Perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu, penelitian terdahulu meneliti tentang penerapan *relationship marketing* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Kalsel Syariah IAIN Antasari Banjarmasin, sedangkan peneliti meneliti tentang pemeliharaan loyalitas nasabah terhadap pembayaran kredit tanah kavling di PT. MAH Sajajar Djaya. Persamaan penelitian ini yaitu tema yang diambil tentang loyalitas nasabah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sinta Mutiara NIM 1201150139, Tahun 2016, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin dengan skripsi yang berjudul *Loyalitas Pelanggan Terhadap Pembelian Roti Arsila Bakery Banjarmasin*. Hasil skripsi ini yaitu, loyalitas pelanggan terhadap pembelian roti Arsila Bakery sangat beragam, baik itu pelanggan menyukai rasa yang enak, harganya yang murah dan pelayanan serta tempatnya yang memuaskan membuat pelanggan senantiasa loyal terhadap pembelian roti Arsila Bakery Banjarmasin. Ada beberapa faktor yang membuat pelanggan loyal terhadap pembelian roti Arsila Bakery, yaitu dari segi rasa, pelayanan, dan harga. Selain itu, faktor lain yang juga menjadi sasaran pelanggan adalah, tempat yang nyaman, parkir yang luas dengan pelayanan yang bagus dan gratis. Hal itu membuat pelanggan senantiasa nyaman dan aman dalam

⁷Muhammad Adnan, "Penerapan *Relationship Marketing* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Kalsel Kedai Syariah IAIN Antasari Banjarmasin" (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, UIN Antasari Banjarmasin, Banjarmasin, 2017), hlm. v.

melakukan pembelian terhadap Arsila Bakery Banjarmasin.⁸ Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu, penelitian terdahulu meneliti tentang loyalitas pelanggan terhadap pembelian roti Arsila Bakery Banjarmasin, sedangkan peneliti meneliti tentang pemeliharaan loyalitas nasabah terhadap pembayaran kredit tanah kavling di PT. MAH Sajajar Djaya. Persamaan penelitian ini yaitu tema yang diambil tentang loyalitas.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ria Rizky Fajarwati NIM 1201160289, Tahun 2016, Jurusan Perbankan Syariah/Strata Satu (S1), Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, UIN Antasari Banjarmasin dengan skripsi yang berjudul *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pemberian Hadiah Terhadap Loyalitas Deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar*. Hasil dari skripsi ini menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama, menunjukkan hasil bahwa variabel strategi pemasaran dan pemberian hadiah terbukti berpengaruh terhadap loyalitas deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar. Sedangkan variabel pemberian hadiah tidak berpengaruh terhadap loyalitas deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Martapura Kabupaten Banjar. Berdasarkan hasil pengujian, dapat dikatakan bahwa loyalitas deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar sudah terpenuhi dengan baik. Deposan telah merasa loyal dengan strategi pemasaran yang diberikan oleh pihak bank tersebut,

⁸Sinta Mutiara, "Loyalitas Pelanggan Terhadap Pembelian Roti Arsila Bakery Banjarmasin" (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari Banjarmasin, Banjarmasin, 2016), hlm. v.

sehingga deposan merasa tidak perlu adanya perubahan yang signifikan.⁹ Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu, penelitian terdahulu meneliti tentang pengaruh strategi pemasaran dan Pemberian hadiah terhadap loyalitas deposan di Bank Kalsel Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar, sedangkan peneliti meneliti tentang pemeliharaan loyalitas nasabah terhadap pembayaran kredit tanah kavling di PT. MAH Sajajar Djaya. Persamaan penelitian ini yaitu tema yang diambil tentang loyalitas nasabah.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Selvia Erina NIM 0601157386, Tahun 2010, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Syariah, IAIN Antasari Banjarmasin dengan skripsi yang berjudul *Loyalitas Nasabah Terhadap Produk Tafakul Dana Pendidikan (Fulnadi) pada PT. Tafakul Syariah Cabang Banjarmasin*. Hasil skripsi ini adalah nasabah yang menggunakan produk tafakul dana pendidikan (Fulnadi) pada Asuransi Tafakul cabang Banjarmasin telah memiliki loyalitas terhadap produk tafakul dana pendidikan (Fulnadi). Adapun alasan responden yang berhenti menggunakan produk tafakul dana pendidikan (Fulnadi) karena kekurangan dana untuk masih menjadi nasabah tafakul dan ada juga yang berhenti karena kurangnya pelayanan yang lambat. Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah sehingga menjadi loyal yaitu kemudahan dalam menabung atau berinvestasi termasuk dalam kepuasan nasabah terhadap

⁹Ria Rizky Fajarwati, "Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pemberian Hadiah Terhadap Loyalitas Deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar" (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari Banjarmasin, Banjarmasin, 2016)

pelayanan dan masalah yang diperoleh nasabah semakin meningkat, hal ini juga menjadikan nasabah untuk tetap setia menggunakan produk tafakul dana pendidikan (Fulnadi). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi mereka sehingga cenderung tidak loyal adalah kurangnya sosialisasi dari pihak tafakul terhadap produk tafakul dana pendidikan (Fulnadi) sehingga menjadikan mereka kurang mengerti dengan produk yang mereka gunakan.¹⁰ Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu, penelitian terdahulu meneliti tentang loyalitas nasabah terhadap produk tafakul dana pendidikan (fulnadi) pada PT. Tafakul Syariah cabang Banjarmasin, sedangkan peneliti meneliti tentang pemeliharaan loyalitas nasabah terhadap pembayaran kredit tanah kavling di PT. MAH Sajajar Djaya. Persamaan penelitian ini yaitu tema yang diambil tentang loyalitas nasabah.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Nordahlia, NIM 0401156364, Tahun 2009, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Syariah IAIN Antasari Banjarmasin, dengan skripsi yang berjudul *Analisis Loyalitas Nasabah Terhadap Penggunaan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Falah Kec. Satui Kab. Tanah Bumbu*. Hasil skripsi ini adalah bahwa nasabah yang menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah telah memiliki loyalitas terhadap produk pembiayaan murabahah. Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah sehingga menjadi loyal yaitu kemudahan dalam bertransaksi ini termasuk dalam faktor kepuasan

¹⁰Selvia Erina, "Loyalitas Nasabah Terhadap Produk Tafakul Dana Pendidikan (Fulnadi) pada PT. Tafakul Syariah Cabang Banjarmasin" (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah, IAIN Antasari Banjarmasin, Banjarmasin, 2010), hlm. v.

nasabah terhadap pelayanan. Masalah yang diperoleh nasabah semakin meningkat, hal ini juga menjadikan nasabah untuk tetap setia menggunakan produk pembiayaan murabahah. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi mereka sehingga cenderung tidak loyal adalah kurangnya sosialisasi dari pihak BMT terhadap produk pembiayaan murabahah sehingga menjadikan mereka kurang mengerti dengan produk yang mereka gunakan.¹¹ Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu, penelitian terdahulu meneliti tentang analisis loyalitas nasabah terhadap penggunaan produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah kec. Satui kab. Tanah Bumbu, sedangkan peneliti meneliti tentang pemeliharaan loyalitas nasabah terhadap pembayaran kredit tanah kavling di PT. MAH Sajajar Djaya. Persamaan penelitian ini yaitu tema yang diambil tentang loyalitas nasabah.

Berdasarkan dengan kajian pustaka tersebut di atas terdapat pokok permasalahan yang berbeda serta lokasi yang berbeda antara penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya dengan persoalan yang akan peneliti teliti. Di sini peneliti mengangkat penelitian yang membahas mengenai Pemeliharaan Loyalitas Nasabah Terhadap Pembayaran Kredit Tanah Kavling di PT. MAH Sajajar Djaya. Namun, penelitian terdahulu tetap menjadi panduan guna mendapatkan referensi penulisan yang benar.

¹¹Nordahlia, "Analisis Loyalitas Nasabah Terhadap Penggunaan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Falah Kec. Satui Kab. Tanah Bumbu" (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah, IAIN Antasari Banjarmasin, Banjarmasin, 2009), hlm. v.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi dalam 5 bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab pertama pendahuluan, merupakan bab yang akan menguraikan mengenai latar belakang masalah dan menguraikan alasan untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah tergambarakan dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum atau luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab kedua merupakan landasan teori yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh, berisikan tentang teori dan konsep yang berhubungan dengan penelitian. Teori yang menjadi acuan dalam penelitian ini antara lain teori tentang pemeliharaan loyalitas nasabah, kredit dan jual beli kredit dalam Islam. Teori-teori tersebut berasal dari literatur-literatur yang dapat dipertanggung jawabkan.

Bab ketiga merupakan metode penelitian, yang terdiri atas jenis dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data dan tahapan penelitian.

Bab keempat merupakan penyajian data dan analisis data, yang berisikan tentang hasil dan analisis serta jawaban atas rumusan masalah.

Bab kelima merupakan bab penutup yang berisikan simpulan dan saran. Simpulan dalam penelitian ini berisi tentang jawaban dari rumusan masalah. Sedangkan saran merupakan usulan dari peneliti untuk dipertimbangkan, seperti usulan penelitian yang dapat dilanjutkan kembali dalam sudut pandang berbeda dikarenakan adanya batasan penelitian yang peneliti teliti.

