

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan negara tidak lepas dari pembangunan pada sektor keuangan, sedangkan pertumbuhan keuangan negara sangat tergantung dari kegiatan perekonomian masyarakat. Karenanya, lembaga keuangan perbankan mempunyai peranan yang amat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Fungsi utama perbankan dalam suatu perekonomian adalah untuk memobilisasi dana masyarakat secara tepat dan cepat agar dapat digunakan dan diinvestasikan secara efektif dan efisien. Fungsi lainnya adalah sebagai lembaga penyedia instrumen pembayaran untuk barang dan jasa yang dapat dilakukan secara cepat, efisien dan aman.

Untuk meningkatkan aktivitas perekonomian dibutuhkan kerjasama yang optimal dari seluruh *stakeholder* mulai dari pengusaha, penguasa serta dukungan dari masyarakat. Dari segi pengusaha dibutuhkan keuletan, profesionalisme serta wawasan bisnis yang diperlukan dalam meningkatkan aktivitas bisnis. Dari segi penguasa dalam hal ini pemerintah diperlukan suatu dorongan baik berupa kebijakan, debirokrasi dan adanya sistem dan prosedur yang jelas serta penyediaan jalur bisnis baik secara regional maupun international. Dari segi masyarakat, untuk terealisasinya suatu perekonomian yang sehat diperlukan kerjasama dalam menggerakkan aktivitas ekonomi disemua sektor terutama dalam penciptaan kondisi ekonomi yang kondusif.

Bank sebagai salah satu media dalam aktivitas perekonomian dapat dikatakan sebagai jantungnya perekonomian, yang berfungsi sebagai penggerak perekonomian yang menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana kemudian menyalurkannya kepada masyarakat yang kekurangan dana. Penghimpunan dana masyarakat yang dilakukan oleh bank dilakukan dalam bentuk tabungan, deposito, giro yang disebut sebagai dana pihak ketiga. Sedangkan penyaluran dana yang dilakukan oleh perbankan adalah dalam bentuk kredit. Dengan kata lain, bank berperan sebagai mediator antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang membutuhkan dana dalam aktivitas ekonomi. Dalam menjalankan bisnisnya, bank juga berperan dalam penyediaan jasa-jasa keuangan lainnya seperti transfer dana, bank garansi, referensi bank dan lain-lain.

Dalam kegiatannya menghimpun dana, menyalurkan dana dan penyediaan jasa bank lainnya tersebut, tentu saja bank juga menghadapi persaingan. Persaingan tidak saja terjadi dengan lembaga perbankan, tetapi juga terjadi dengan lembaga keuangan non-bank. Persaingan perbankan saat ini sangat kompetitif karena terus bertambahnya jumlah bank maupun jumlah kantornya.

Lembaga keuangan bank adalah sebuah bisnis jasa yang sangat kompleks, dinamis dengan tingkat persaingan yang tinggi, *highly regulated* dengan tingkat *compliances* yang tinggi dan *prudence* seiring dengan fungsinya sebagai lembaga kepercayaan masyarakat. Sektor perbankan merupakan sektor yang diatur sangat ketat oleh regulator (BI dan OJK) dikarenakan peranannya yang cukup besar dalam sistem keuangan negara. Lemahnya aturan perbankan disebuah negara

secara tidak langsung akan menyebabkan semakin lemahnya kemampuan negara tersebut untuk bertahan dari sebuah krisis keuangan.

Perbankan sebagai sektor yang diatur cukup ketat oleh regulator, selain memenuhi regulasi juga harus mampu bersaing di dunia perbankan yang pada saat ini telah mencapai kepada persaingan global. Untuk itu, Bank harus senantiasa memelihara posisi bersaingnya melalui pemeliharaan *sustainability* di industri perbankan. *Sustainability* di persaingan global tentu hanya bisa diraih melalui strategi pemasaran yang baik dan diimplementasikan melalui bauran pemasaran yang tepat. Perusahaan perbankan yang akan mampu bersaing di pasar global adalah perusahaan yang berorientasi kepada pasar.

Tujuan utama perusahaan yang berorientasi pasar adalah menciptakan retensi dan kepuasan pelanggan. Orientasi Pasar yang salah satu komponennya adalah Orientasi Pelanggan dapat dipertimbangkan sebagai sebuah budaya organisasi. Perusahaan-perusahaan yang berfokus pada kebutuhan pelanggan berada pada posisi terbaik untuk mencapai kesuksesan jangka panjang dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak berfokus pada kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, banyak perusahaan yang mendorong tenaga penjualannya untuk memiliki orientasi terhadap para pelanggan dalam menjalankan pekerjaannya (Helmi, 2014).

Perusahaan harus benar-benar fokus dalam menanggapi apa saja yang dianggap penting oleh pelanggannya dan perusahaan berusaha bagaimana setiap saat meningkatkan *performance* nya di mata pelanggan, sehingga pelanggan dapat

menjadi puas. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas, kuantitas dan kontinuitas yang dikehendaki pelanggan, sehingga hal tersebut harus menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Perusahaan yang beorientasi pasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya.

Pelanggan atau nasabah bank dapat dikatakan puas jika produk/layanan yang diberikan oleh sebuah Bank telah memenuhi harapan atau bahkan melebihi harapan mereka. Dalam industri jasa, kepuasan pelanggan diukur melalui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan keseluruhan pengalaman dengan perusahaan. Sehingga dapat dikatakan, kepuasan nasabah perbankan dapat diukur tingkatannya berdasarkan keseluruhan pengalaman yang dirasakan oleh nasabah selama menjadi nasabah dari perusahaan perbankan tersebut.

Kepuasan pelanggan memberikan nilai tambah sehingga pelanggan bisa loyal dan terjadi pembelian / transaksi berulang-ulang (*customer retention*), hingga pada akhirnya menjadi pelanggan yang mempunyai komitmen yang tinggi. Pelanggan telah semakin agresif dan kritis dalam memenuhi keinginan-keinginan dan harapan-harapannya, bukan hanya sekedar menginginkan kualitas produk yang superior tetapi juga pelayanan yang *excellent* dan cepat tanggap.

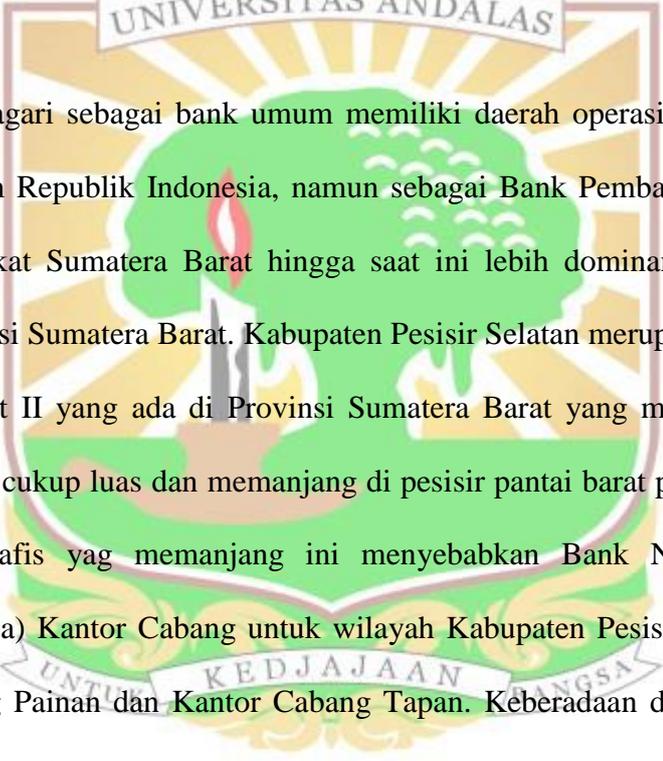
Dengan semakin tingginya tingkat persaingan industri perbankan saat ini, menjadikan pelanggan (nasabah) memiliki kesempatan untuk memilih bank mana yang mereka percayai untuk melakukan transaksi. Menurut Kotler (2005) terdapat enam alasan bagi institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggan. Pertama pelanggan yang ada lebih prospektif, maksudnya pelanggan loyal akan memberi

keuntungan besar kepada institusi. Kedua, biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga pelanggan yang sudah percaya kepada institusi dalam suatu urusan maka akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat biaya operasi institusi akan menjadi lebih efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. Kelima institusi dapat mengurangi biaya psikologis serta sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Keenam pelanggan yang loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan institusi tersebut.

PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat atau yang disebut dengan Bank Nagari adalah sebuah bank umum yang dimiliki Pemerintah Daerah, Bank Nagari dalam bisnisnya saat ini berhadapan langsung dengan bank-bank umum nasional milik pemerintah dan swasta serta bank asing diwilayah operasionalnya di Sumatera Barat. Bank Nagari yang didirikan pada tanggal 12 Maret 1962, semenjak berdirinya hingga saat ini terus melakukan penambahan modal, perubahan struktur organisasi serta pengembangan kegiatan usaha yang disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan perbankan dari tahun ke tahun.

Bank Nagari memiliki tugas melayani nasabah, menawarkan produk jasa perbankan, serta menghimpun dan menyalurkan dana pada masyarakat. Bank Nagari dalam menjalankan fungsi *intermediary*, menyalurkan dana yang sudah dihimpun dari masyarakat dalam bentuk produk kredit. Dimana kredit yang disalurkan tersebut sesuai dengan kegunaannya biasa disalurkan dalam bentuk Kredit Modal Kerja, Kredit Investasi serta Kredit Konsumtif.

Peningkatan penguasaan pangsa pasar dan peningkatan posisi bersaing adalah sasaran strategis utama yang harus dicapai Bank Nagari melalui implementasi strategi pemasaran dalam mencapai Visi Bank Nagari untuk menjadi Bank Pembangunan Daerah terkemuka dan terpercaya di Indonesia. Dengan cara mengeksekusi misi Bank Nagari dengan baik yaitu memberikan kontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat serta memenuhi dan menjaga kepentingan *stakeholder* secara konsisten dan seimbang.



Bank Nagari sebagai bank umum memiliki daerah operasional di seluruh wilayah hukum Republik Indonesia, namun sebagai Bank Pembangunan Daerah milik masyarakat Sumatera Barat hingga saat ini lebih dominan beroperasi di wilayah Provinsi Sumatera Barat. Kabupaten Pesisir Selatan merupakan salah satu Daerah Tingkat II yang ada di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki kondisi geografis yang cukup luas dan memanjang di pesisir pantai barat pulau Sumatera. Kondisi geografis yang memanjang ini menyebabkan Bank Nagari saat ini memiliki 2 (dua) Kantor Cabang untuk wilayah Kabupaten Pesisir Selatan yaitu Kantor Cabang Painan dan Kantor Cabang Tapan. Keberadaan dan kemampuan bersaing yang baik Kantor Cabang Bank Nagari di Painan yang merupakan ibukota Kabupaten menjadi hal krusial bagi eksistensi Bank Nagari di wilayah ini, sehingga daya saing Bank Nagari Kantor Cabang Painan akan menjadi tolak ukur Bank Nagari secara keseluruhan.

Berdasarkan fenomena yang diperoleh melalui observasi diketahui bahwa penguasaan pangsa pasar Bank Nagari Cabang Painan di Kabupaten Pesisir

Selatan untuk posisi kredit khususnya kredit komersil (Modal Kerja dan Investasi) memiliki kecenderungan menurun meskipun secara total Bank Nagari Cabang Painan masih mampu mempertahankan posisi pangsa pasar untuk penyaluran kredit dikisaran 20% sampai dengan 25 % sebagaimana terlihat pada tabel 1.

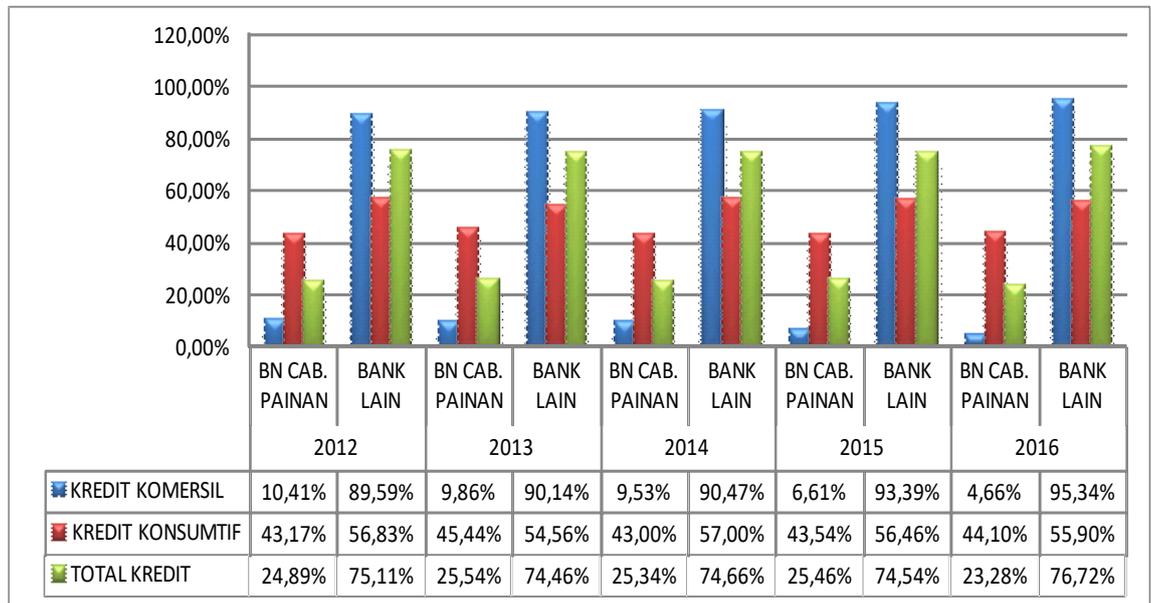
Tabel 1. Perkembangan *Market Share* Bank Nagari Cabang Painan Terhadap Penyaluran Kredit di Kabupaten Pesisir Selatan

No	Jenis Kredit	2012	2013	2014	2015	2016
1	Kredit Komersil	10,41 %	9,86 %	9,53 %	6,61 %	4,66 %
2	Kredit Konsumtif	43,17 %	45,44 %	43 %	43,54 %	44,10 %
	Total Kredit	24,89 %	25,54 %	25,34 %	25,46 %	23,28 %

Sumber : Bank Nagari Cabang Painan dan Statistik Ekonomi Keuangan Daerah Bank Indonesia

Produk Kredit Komersil dipilih dalam penelitian ini karena Kredit Komersil merupakan jenis penyaluran kredit yang akan berdampak langsung terhadap pertumbuhan perekonomian masyarakat, sedangkan kredit konsumtif biasanya digunakan untuk kebutuhan konsumtif oleh masyarakat yang tidak berdampak secara langsung kepada pertumbuhan perekonomian masyarakat.

Selain itu, juga dapat dilihat bahwa dalam 2 (dua) tahun terakhir terjadi penurunan pangsa pasar Bank Nagari Cabang Painan terhadap total penyaluran kredit di Kabupaten Pesisir Selatan. Menurunnya trend penguasaan pangsa pasar Bank Nagari Cabang Painan dalam posisi penyaluran kredit komersil kepada masyarakat dalam kurun waktu 2015 dan 2016 memberikan indikasi awal bahwa terdapat permasalahan dalam implementasi strategi pemasaran Bank Nagari Cabang Painan.



Gambar 1. Market Share Bank Nagari Cabang Painan dan Bank Lain Di Kabupaten Pesisir Selatan dari Tahun 2012 - 2016

Jika dilihat pada Gambar 1, terlihat bahwa *market share* Kredit Komersil Bank Nagari Cabang Painan jauh lebih kecil dibandingkan bank lain, dan cenderung menurun dari Tahun 2015. Sedangkan untuk Kredit Konsumtif, Bank Nagari Cabang Painan memiliki *market share* yang cenderung stabil sesuai dengan pertumbuhan penyaluran kredit Kabupaten. Hal ini tentunya berkaitan dengan strategi *marketing mix* yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Painan (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process* dan *Physical Evidence*).

Strategi pemasaran merupakan kombinasi antara strategi 4 Ps (*Product, Price, Place & Promotion*) dengan sistem STP (*segmenting, targetting dan positioning*) dan khusus untuk pemasaran jasa (*service marketing mix*) ada tambahan tiga aspek lagi yaitu kombinasi dari *people, process dan physycal evidences* (*7 P's of service marketing mix*)

Persaingan perbankan di Wilayah Kabupaten Pesisir Selatan cukup menantang, hal ini dikarenakan cukup banyak bank nasional dan swasta seperti BRI, BNI Syariah, BSM, BTPN, Bank Danamon yang membuka cabang operasionalnya. Selain itu persaingan juga diikuti oleh Bank Perkreditan Rakyat (BPR) seperti BPR Batang Tarusan, BPR Batang Kapas, BPR Samudera, BPR Lengayang, dan BPR Gema Pesisir.

Kredit Komersil merupakan *Product* Bank Nagari yang menunjukkan komitmen Bank Nagari sebagai sebuah Bank Pembangunan Daerah yang turut berkontribusi terhadap pembangunan perekonomian daerah. Kredit Komersil Bank Nagari memberikan dan menawarkan berbagai manfaat dan keuntungan pada masyarakat yang membutuhkan pinjaman baik berupa modal kerja maupun untuk investasi. Bank Nagari selalu berkomitmen untuk memberikan produk yang menguntungkan bagi debitur dan aktif dalam menyalurkan berbagai produk kredit program pemerintah seperti KUR (Kredit Usaha Rakyat)

Dari segi *Price*, Bank Nagari memberikan kemudahan bagi masyarakat dengan tingkat suku bunga yang kompetitif, sistem perhitungan bunga yang lebih menguntungkan dengan sistem Sliding Harian, biaya provisi dan administrasi lebih kecil, serta denda keterlambatan atas tunggakan pembayaran lebih ringan karena dihitung secara harian.

Dalam konsep *Promotion*, Bank Nagari melakukan serangkaian promosi dari produk Kredit Komersil melalui iklan di radio, membuat spanduk, baliho dan brosur serta menjadi sponsor dalam berbagai acara. Selain itu, Bank Nagari

melalui petugas kreditnya juga secara aktif berusaha untuk menginformasikan mengenai produk-produk kredit komersil.

Tempat atau lokasi (*Place*) yang strategis menjadi salah satu keuntungan bagi Bank Nagari Cabang Painan karena mudah dijangkau oleh nasabah sehingga untuk pengembalian pinjaman, penyetoran serta pemindah bukuan dana usaha dapat dilakukan disemua Kantor Bank Nagari (*System On-line*). Saat ini Bank Nagari Painan memiliki Kantor Basis di pusat kota, di Jl. Ilyas Yacoeb No. 2 Kota Painan, dan sudah memiliki dua Kantor Cabang Pembantu di daerah Pasar Kambang, Kecamatan Lengayang serta Tarusan, Kecamatan Koto XI Tarusan, selain itu Bank Nagari Cabang Painan juga memiliki 1 (satu) kantor kas yaitu di Pasar Baru, Kecamatan Bayang dan 1 (satu) *Payment Point* di Kantor Layanan Samsat Kabupaten Pesisir Selatan. Jika dilihat dari lokasi Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas yang didirikan, sudah mudah menjangkau masyarakat di Kabupaten Pesisir Selatan. Keberadaan kantor yang mudah dicapai tersebut juga didorong dengan adanya areal parkir yang lebih luas dan aman bagi nasabah.

People merupakan aset utama dalam industri jasa perbankan termasuk Bank Nagari. Karyawan dan karyawan Bank Nagari yang berada pada posisi depan (*front liner*) yaitu pihak keamanan (*Security*), *Customer Service* dan *Teller* langsung bertemu dan memberikan *service* kepada nasabah, baik untuk menangani keluhan nasabah, pemberian informasi maupun pelayanan nasabah dalam transaksi keuangan yang dilakukan dengan pelayanan yang ramah, baik, cepat dan tepat. Sedangkan untuk melakukan pelayanan informasi mengenai Kredit Bank Nagari juga telah memiliki Analis Kredit dan Petugas Khusus Kredit

Mikro yang melakukan pelayanan kepada masyarakat yang membutuhkan. Karyawan yang bekinerja tinggi akan menyebabkan nasabah puas dan loyal terhadap Bank Nagari, sehingga bisa memutuskan untuk melakukan pengambilan kredit baru maupun menambah kembali pinjamannya di Bank Nagari. Pengembangan kompetensi, empati serta adanya standard yang baik dalam melakukan pelayanan akan memberikan rasa kepuasan bagi setiap nasabah Bank Nagari.

Untuk *process* (proses) pelayanan kredit Bank Nagari, para debitur / pelanggan cukup diberikan kemudahan dengan waktu pelayanan, proses pencairan dan pengikatan yang lebih mudah dan cepat. Prosedur penarikan dana kredit juga dibuat sederhana dan lebih transparan. Sehingga terciptanya rasa aman dan transparan bagi setiap nasabah Kredit yang berhubungan dengan Bank Nagari.

Sedangkan untuk *physical evidence*, Bank Nagari telah berupaya untuk menciptakan lingkungan yang representatif untuk mendukung setiap layanan Kredit mulai dari kondisi kantor yang aman dan nyaman, fasilitas parkir yang luas. Kantor Basis Bank Nagari Cabang Painan berada di jalan utama Kota Painan saat ini telah mendirikan gedung yang megah dengan tatanan bangunan serta tata ruang pelayanan dengan desain yang menarik, luas, bersih dan nyaman, ditambah dengan penampilan seluruh karyawan dan personel yang menarik. Hal tersebut didukung pula oleh Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas yang tersebar di Wilayah Kerja Bank Nagari Cabang Painan,

Implikasi dari pelaksanaan strategi pemasaran kredit diharapkan dapat memberikan kepuasan pelanggan sehingga akan menimbulkan loyalitas kepada

Bank Nagari. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis bermaksud untuk mengetahui pengaruh implementasi strategi pemasaran jasa kredit yang telah dilakukan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian akan dituliskan dalam thesis berjudul **Analisis Pengaruh *Service Marketing Mix* Terhadap Loyalitas Pelanggan Kredit Komersil (Studi Kasus Pada Bank Nagari Cabang Painan).**

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan utama yang ingin dikaji dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *product* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
2. Apakah *price* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
3. Apakah *promotion* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
4. Apakah *place* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
5. Apakah *people* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
6. Apakah *process* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
7. Apakah *physical evidence* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.

8. Apakah *Service Marketing Mix* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui bagaimana pengaruh *product* terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh *price* terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh *promotion* terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
4. Mengetahui bagaimana pengaruh *place* terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
5. Mengetahui bagaimana pengaruh *people* terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
6. Mengetahui bagaimana pengaruh *process* terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
7. Mengetahui bagaimana pengaruh *physical evidence* terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
8. Mengetahui bagaimana pengaruh *Service Marketing Mix* secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

1. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang implikasi penerapan *Service Marketing Mix* terhadap Loyalitas Pelanggan Kredit Komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.
2. Untuk bahan masukan bagi Bank Nagari Cabang Painan dalam pengembangan bisnis khususnya dalam penyaluran kredit komersil kepada masyarakat.
3. Sebagai bahan referensi ataupun acuan bagi pihak manajemen perusahaan dalam membuat pertimbangan untuk pengambilan keputusan yang berhubungan dengan keputusan manajemen strategik dan pemasaran kredit.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan thesis ini meliputi pengaruh variabel *product, price, promotion, place, people, process* dan *physical evidence*, serta pengaruh dari *Service Marketing Mix (7P's)* secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan kredit komersil pada Bank Nagari Cabang Painan.

1.6 Sistematika Penulisan

Thesis ini secara garis besar disusun secara berurutan dalam lima bab, sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teoritis

Terdiri dari Strategi Pemasaran, Industri Perbankan, Loyalitas Pelanggan, Implementasi Strategi Pemasaran Pada Bank Nagari, Review Penelitian Terdahulu, Pengembangan Hipotesis, Kerangka Konseptual Penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Terdiri dari Desain Penelitian, Lokasi dan Objek Penelitian, Populasi dan Sampel Penelitian, Definisi Operasional Variabel Penelitian, Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data, Pengukuran dan Alat Ukur, dan Metode Analisis Data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Terdiri dari Hasil Penelitian dan Pembahasan terhadap rumusan permasalahan.

BAB V Penutup

Terdiri dari Kesimpulan, Implikasi, Keterbatasan Penelitian dan Saran.

