BAB V

PEMBAHASAN

Setelah melakukan observasi dan juga wawancara mengenai strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh UD. Setia Jaya Karangan Trenggalek dan juga tinjauan etika bisnis Islam mengenai strategi yang telah dilakukannya, maka dapat diketahui bahwa strategi tersebut cukup efektif digunakan sebagai cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang berdasarkan etika berbisnis menurut Islam. Walaupun masih terdapat beberapa kekurangan yang harus diatasi agar dapat mencapai kepuasan pelanggan secara maksimal. Setelah mengetahui penerapan strategi tersebut maka diperoleh hasil pembahasan dengan mencocokkan data hasil temuan dengan teori-teori yang sudah dikemukakan oleh penulis dengan poin-poin sebagai berikut :

A. Strategi Perusahaan Batik UD. Setia Jaya dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

UD. Setia Jaya merupakan salah satu perusahaan batik tulis yang dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya menggunakan suatu strategi pelayanan. Dimana kepuasan pelanggan merupakan respon atau tanggapan yang diberikan para konsumen setelah terpenuhinya kebutuhan mereka akan sebuah produk ataupun jasa, sehingga para konsumen memperoleh rasa yang nyaman dan senang karena harapannya telah terpenuhi. Dengan menggunakan strategi yang tersusun dan terealisasi dengan baik maka akan memberikan dampak

dengan meningkatnya kepuasan pelanggan terlebih dengan naiknya penjualan produk batik.

Hal ini sesuai dengan pernyataan yang ada didalam Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatnya efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.[1]

Jika pelanggan merasa puas akan suatu produk maka permintaan akan meningkat dan omset penjualan pun ikut naik, sebaliknya jika pelanggan tidak merasa puas maka permintaan akan menurun begitu juga dengan omset penjualannya. Hal penting lainnya yang harus diperhatikan yaitu, pelanggan yang kurang puas terhadap suatu produk tidak akan membeli ataupun menggunakan lagi produk yang ditawarkan. Selain itu pelanggan yang kurang puas juga dapat menceritakan kepada konsumen lain tentang keburukan produk yang mereka dapatkan, sehingga dapa menimbulkan citra buruk dikalangan konsumen.

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya, UD. Setia Jaya telah melakukan beberapa strategi agar tujuan yang inginkan dapat tercapai dengan baik. Strategi tersebut diantaranya :

[1] Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*,… hlm. 192

1. Bukti Fisik (*tangible*)

Setiap jenis usaha apapun meletakkan kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan mereka. Hal ini dikarenakan kepuasan pelanggan akan berdampak terhadap kelangsungan perusahaan. Tidak hanya mengenai produk akan tetapi hal lain pun seperti pelayanan terhadap konsumen harus dijaga. Ketika pelayanan maupun produk yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen maka tidak akan timbul keluhan ataupun saran yang diberikan oleh para konsumen. Media yang bisa digunakan dalam strategi ini meliputi kotak saran yang yang diletakkan ditempat yang strategis, menyediakan saluran telepon khusus, ataupun berbicara secara langsung.

Seperti yang telah dilakukan oleh UD. Setia Jaya, dimana perusahaan ini selalu memberikan pelayanan dan produknya yang terbaik. Sehingga kebanyakan yang diberikan pelanggan adalah berupa saran dan itupun sifatnya baik untuk membangun kemajuan perusahaan. Adapun teknis yang dilakukan adalah perusahaan menanyakan secara langsung bagaimana tanggapan atau model batik seperti apa yang diinginkan oleh konsumen.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Atun Chasanah bahwasanya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan strategi yang dapat dilakukan adalah menerapkan beberapa aspek diantaranya *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty* mampu

memenangkan hati pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai.[2]

Sejalan dengan penelitian tersebut teori yang sama dinyatakan oleh Fandy Tjiptono bahwa salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan melakukan system keluhan dan saran. Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Informasi yang diperoleh dari metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang bermanfaat kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. [3]

2. Keandalan (*reliability*)

Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya tepat semenjak saat pertama konsumen datang. Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai jadwal yang disepakati. Seperti yang dilakukan oleh UD. Setia Jaya bahwa perusahaan selalu berusaha menepati janji ketika mendapat pesanan dari pelanggan yaitu dengan tepat waktu.

---

[2] Sri Atun Chasanah, *Strategi Dalam Meningkatkan Kepuasan pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar di PT PLN (Persero) Rayon Purbalingga,* ..hlm. 10

[3] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan dan Penelitian*,… hlm. 370

Berdasarkan hasil penelitian tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Atun Chasanah yang menyatakan bahwa suatu pelayanan dapat dinilai baik atau tidaknyadapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan ini meliputi beberapa aspek yang salah satunya adalah keandalan (reliability). Perintah bersikap ramah, bertutur kata lemah lembut, pelayanan yang sopan ditekankan untuk memenagkan hati pelanggan. [4]

Hal tersebut jika ditinjau menurut teori Fandy Tjiptono dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan melalui *last customer analysis* bahwa dengan mencoba menghubungi kembali pelanggan yang sudah lama tidak membeli produk diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Sehingga dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan bagi perusahaan selanjutnya.[5]

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap (responsiveness) merupakan keinginan para karyawan untuk membatu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat berarti respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat. Seperti yang dilakukan karyawan UD. Setia Jaya yang selalu

[4] Sri Atun Chasanah, *Strategi Dalam Meningkatkan Kepuasan pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar di PT PLN (Persero) Rayon Purbalingga*, ..hlm. 10

[5] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan dan Penelitian*,… hlm. 370

melayani pelanggan dengan cepat tanggap dan siap membantu apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasirotul Ratih bahwa kepuasan pelanggan didapatkan melalui faktor-faktor kualitas produk, harga, keamanan dan pelayanan dari pihak owner. Karena dengan hal tersebut akan memberikan dampak yang positif bagi keberlangsungan perusahaan.[6]

Dari hasil analisis tersebut sesuai dengan teorinya Fandy Tjiptono yang menyatakan bahwa umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan juga umpan balik langsung dari pelanggan. Selain itu memberikan dampak positif bahwa perusahaan memberikan perhatian terhadap para pelanggannya.[7]

4. Jaminan (*assurance*)

Jaminan merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pihak perusahaan, bebas dari bahaya, risiko atau sifat keragu-raguan. Seperti yang dilakukan UD. Setia Jaya yang berusaha memberikan produk dengan kualitas terbaik dan bersedia memberi jaminan berupa mengganti produk jika diketahui kesalahan dari pihak perusahaan.

---

[6] Norvadewi, *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Salon Muslimah Zhafira Samarinda*, *FENOMENA*, Vol 6 No 2,.. 2014

[7] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan dan Penelitian*,… hlm. 370

Sejalan dengan penelitian tersebut sesuai dengan penelitian Rustian Zaka Rullah yang menyatakan bahwa memberikan jaminan keamanan dari produk maupun pelayanan yang diberikan, sehingga para nasabah percaya dengan produk ataupun jasa yang ditwarkan dan akan terus menjadi pelanggan setia perusahaan kita.[8]

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori Nursya'bani yang menyatakan bahwa terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang salah satunya adalah jaminan (*assurance*) yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.[9]

5. Empaty

Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kaebutuhan para konsumen. setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon atau bertemu langsung. Seperti yang dilakukan UD. Setia Jaya yang selalu menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggannya, karena dengan komunikasi dapat diketahui seperti apa keinginan dari pihak konsumen.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Atun Chasanah bahwasanya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan strategi yang dapat dilakukan adalah menerapkan beberapa aspek diantaranya *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty* mampu

[8] Rustian Zaka Rullah, *Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah dalam Sistem Murabahah Pada Leasing FIF (Federal International Finance)Syariah Taman Palem Asri Jakarta Barat*, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2015

[9] Nursya'bani Purnama, *Manajemen Kualitas Perspektif Global*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2006), hlm. 22

memenangkan hati pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai.[10]

Sejalan dengan penelitian dan teori tersebut dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa UD. Setia Jaya telah melakukan strategi pelayanan yang sesuai untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya meskipun terlihat belum sepenuhnya berjalan maksimal. Terbukti dengan strategi yang dilakukan mampu membuat para pelanggan bertahan dengan produk batik yang diberikan dan merekomendasikannya kepada orang-orang terdekat mereka. Selain itu sikap kehati-hatian dan ketelitian dalam pembuatan batik sangat dijaga oleh UD. Setia Jaya demi mendapatkan kepuasan para pelanggannya.

B. Etika Bisnis Islam Memandang Strategi UD. Setia Jaya dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Dalam melakukan strategi apapun dibutuhkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan etika bisnis dalam Islam agar usaha yang kita lakukan mendapat berkah. Hal ini juga diterapkan oleh UD. Setia Jaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya. Terbukti dengan strategi yang digunakan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan oleh UD. Setia Jaya yang mengedepankan prinsip-prinsip etika bisnis menurut Islam.

1. Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Ketauhidan menjadi wacana yang mendasari segala aktivitas manusia termasuk berbisnis. Dengan hal ini bisnis yang dilakukan tidak terlepas

[10] Sri Atun Chasanah, *Strategi Dalam Meningkatkan Kepuasan pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar di PT PLN (Persero) Rayon Purbalingga,* ..hlm. 10

dari pengawasan Tuhan. Dengan kesatuan adanya perbedaan menjadi suatu hal yang berperan penting karena dari perbedaan tersebut mampu menciptakan penyatuan akan berbagai hal hingga terlihat lebih baik.

Seperti yang dilakukan oleh UD. Setia Jaya, mereka tidak menggunakan syarat-syarat yang dibebankan untuk para pekerja karena menurut mereka siapapun yang bekerja dengan sungguh-sungguh pasti bisa bekerja disini. Pada usaha ini juga telah dibuat pembagian kerja yang tegas pada masing-masing karyawan. Karena setiap tugas yang diberikan memerlukan tanggung jawab dari masing-masing karyawan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Veitzhal Rivai bahwa prinsip kesatuan merupakan suatu hal yang mendasari segala aktivitas, dengan ini kegiatan bisnis manusia tidak lepas dari pengawasan Tuhan. Seperti dijelaskan dalam QS. Al-Hujurat ayat 13 yang termasuk para pelaku bisnis dapat menunjukkan dengan tidak melakukan diskriminasi terhadap pihak lain, misalnya para karyawan, pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja yang didasarkan atas pertimbangan ras, warna kulit, maupun agama.[11]

2. Prinsip Keseimbangan (Keadilan)

Keadilan merupakan prinsip dasar dan utama yang harus ditegakkan dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk berbisnis. Perilaku seimbang mengarahkan pada para pelaku keuangan syariah agar ketika melakukan aktivitas bisnisnya tidak menimbulkan kerugian atau *mudharat* bagi orang lain. Keseimbangan dan keadilan memiliki hubungan yang erat.

[11] Veithzal Rivai, et. All, *Islamic Business And*,… hlm. 38

Keseimbangan berarti tidak berlebihan dalam mengejar keuntungan dan keadilan memberikan pemahaman tentang perolehan atas sesuatu yang menjadi hak.

Seperti yang dilakukan oleh UD. Setia Jaya yang memiliki kelebihan berupa motif batik yang unik dan khas menjadi identitas dimana usaha tersebut berada. Selain itu penetapan harga yang sesuai dengan kulitas dari kain batik yang diberikan menjadikan identitas tersendiri yang dilakukan oleh usaha batik tulis perusahaan ini. Ketika harga yang diberikan cukup tinggi disitu kualitas kain serta motif yang bagus menjadi daya tarik tersendiri.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Norvadewi. Bahwa Islam mendorong kita untuk memperlakukan setiap muslim secara adil. Sebagai contoh dalam perekrutan, promosi, dan keputusan, keputusan lain dimana sebagai seorang manajer harus menilai kinerja seseorang terhadap orang lain, kejujuran dan keadilan adalah sebuah keharusan.[12]

Hal ini sesuai dengan pernyataan dalam Kuat Ismanto yang menyatakan bahwa dalam aplikasi keadilan mengarah pada transaksi yang jelas dan tidak mengandung unsur penipuan, baik dalam harga maupun jaminan produk yang diberikan. Melakukan bisnis secara transparan, jujur dan menetapkan biaya secara wajar dan tidak berlebihan merupakan suatu suatu hal yang niscaya. Nilai-nilai yang dikembangkan dari prinsip ini

[12] Norvadewi. *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Salon Muslimah Zhafira*,…hlm. 298

merupakan suatu tanggungjawab dari setiap perbuatan individu, baik dirinya, orang lain, maupun Tuhannya.[13] Kemudian dipertegas juga dengan pernyataan dalam Sonny Keraf bahwa semua pelaku bisnis pasti ingin mendapatkan keuntungan, begitu juga dengan pembeli ingin memperoleh barang dan jasa yang memuaskan.[14]

Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dalam berbisnis UD. Setia Jaya sudah mampu memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk serta memberikan kelebihan produk yang menjadi unggulan dari produk-produknya sehingga dapat dikatakan strategi yang dilakukan sudah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Kehendak bebas merupakan suatu sikap yang bisa dilakukan oleh siapapun termasuk kegiatan bisnis. Manusia sebagai makhluk individu dan kolektif memiliki kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Kebebasan dalam Islam merupakan kebebasan yang terbatas, terkendali, terikat dengan keadilan yang diwajibkan Allah. Dalam praktiknya pelaku bisnis memiliki kebebasan untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan syariat Islam, seperti kebebasan untuk berinovasi dan berkomunikasi.

Kemampuan untuk berinovasi dapat digambarkan melalui kecerdasan atau kemampuan ilmu pengetahuan yang dimiliki untuk mengahadapi ketatnya persaingan didunia bisnis. Sedangkan komunikasi yang dilakukan pelaku bisnis hendaknya dengan tutur kata yang sopan, bijaksana, serta

[13] Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah*,… hlm. 31
[14] Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*,…hlm. 79

tepat sasaran kepada pelanggannya maupun mitra bisnisnya. Lebih dari itu pebisnis juga harus mampu berargumentasi, berdialog, serta memiliki ide-ide kreatif.

Seperti yang dilakukan oleh UD. Setia Jaya yang selalu melakukan inovasi dan komunikasi dengan baik dan tepat sasaran. Inovasi yang dilakukan yaitu seperti trend motif batik untuk produknya selalu mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan konsumen. Sedangkan komunikasi juga menjadi bagian penting untuk menjaga kelancaran hubungan antara penjual dengan pembelinya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Amalia yang menyatakan bahwa Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan usaha (bisnis), namun ada beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang muslim menjalankan usaha, diantaranya :

a. Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib.
b. Rezeki yang dicari haruslah rezeki yang halal.
c. Bersikap jujur dalam menjalankan usaha.
d. Bisnis yang dilakukan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.
e. Persaingan dalam bisnis dijadikan sarana untuk berprestasi secara fair dan sehat.

f. Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan.[15]

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan dalam Muhammad Abdul Jawwad yang menyatakan bahwa Inovasi adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang memiliki manfaat bagi orang lain dengan menggunakan keahlian dan kemampuan akalnya. Dalam dunia bisnis hal mendasar yang perlu dilakukan adanya inovasi adalah terkait produk yang diperdagangkan telah memenuhi kriteria produk yang unggul dan memenuhi standar etika bisnis Islam, yaitu produk yang memiliki manfaat harus halal, dibutuhkan konsumen serta memiliki resiko yang rendah.[16]

Mengenai komunikasi juga sesuai dengan teori dari Muhammad Syakir Sula bahwa hubungan baik dengan mitra bisnis merupakan hal yang penting bagi kelangsungan bisnis dan ternyata hal tersebut sudah lebih dahulu dipraktikkan oleh Rasulullah. Dalam berdagang Rasulullah menggunakan konsep dagang relationship marketing. Konsep ini memandang bahwa pada awal barang dipasarkan, semua anggota masyarakat adalah calon pembeli yang potensial.[17]

Menyesuaikan dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam bahwasanya inovasi dan komunikasi selalu dilakukan oleh UD. Setia Jaya untuk mempertahankan pelanggannya.

---

[15] Fitri Amalia*, Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi,…*hlm. 119
[16] Muhammad Abdul Jawwad, *Menjadi Manajer Sukses,…*hlm. 8
[17] Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*,…hlm. 132

4. Tanggung Jawab

Manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis yang telah dilakukan. Dalam proses bisnis pengusaha harus melakukan pembukuan dalam setiap transaksi karena setiap orang tidak selamanya mempunyai ingatan yang kuat, dengan begitu maka pengusaha akan mengetahui setiap pengeluaran dan pemasukan disamping itu juga dapat menghindari kesalahpahaman antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan hasil penelitian peneliti di UD. Setia Jaya dalam tinjauan etikan bisnis Islam terhadap strategi yang dilakukan bahwa pencatatan sudah dilakukan meskipun belum maksimal penjual hanya memberikan nota pembelian bagi setiap konsumennya. Akan tetapi untuk pelayanan yang optimal selalu diberikan melalui ketepatan waktu dan janji dalam melayani pesanan konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Fitri Amalia bahwa dalam manajemen keuangan, usaha yang ditelitinya telah melakukan pencatatan terhadap segala bentuk pengeluaran dan pemasukan hal ini sesuai dengan ajaran Islam bahwa hal yang harus dilakukan adalah penyusunan anggaran, membuat akuntansi keuangan, serta penyusunan laporan keuangan.[18]

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Muhammad Djakfar bahwa dalam Al Qur'an mengajarkan perlunya administrasi tersebut agar

[18] Fitri Amalia*, Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi,…*hlm. 307

manusia terhindar dari kesalahpahaman yang mungkin terjadi. Maka Allah menganjurkan untuk menuliskan apabila bermuamalah (jual beli, berutang piutang, sewa-menyewa, dan sebagainya) tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan. Dalam melakukan hal diatas Islam memerintahkan agar dilakukan secara professional dan rapi serta terpenting adalah dilakukan pencatatan sebagaimana disebutkan dalam QS. Al Baqarah ayat 282 bahwa perlu ada pencatatan atau system akuntansi yang dapat dipertanggungjawabkan.[19]

Sejalan dengan teori tersebut dalam penelitian ini bahwa perusahaan ini belum menerapkan pencatatan secara maksimal yang sesuai dengan etika bisnis Islam, bahwa pemilik hanya melakukan pemberian nota saja tanpa disertai pencatatan yang lengkap.

[19] Djakfar, *Etika Bisnis Mengungkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral dari Bumi*, ...hlm. 40