



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini persaingan dalam dunia industri akan semakin ketat, dikarenakan dalam era tersebut produk-produk asing/luar negeri dapat masuk secara bebas ke dalam negeri, sehingga persaingan tidak hanya dengan produk - produk dari dalam negeri tetapi juga akan bersaing dengan produk - produk luar negeri. Dengan Pertumbuhan ekonomi dan perubahan lingkungan yang begitu cepat, mengharuskan perusahaan untuk secara kontinyu memantau dan menyesuaikan diri terhadap pasar. Perusahaan harus lebih kreatif merancang dan memutuskan misi bisnis dan strategi pemasaran yang akan diterapkan di lapangan agar bisa mengantisipasi berbagai perubahan yang akan terjadi, serta dapat terus berkompetisi dan bergerak searah dengan keinginan konsumen.

Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam dan keanekaragaman jenis kuliner dan makanan yang melimpah yang dapat dikembangkan menjadi sebuah usaha kecil atau *home industry* diberbagai daerah di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang sangat besar pada bisnis makanan yang menjadi makanan khas dan keistimewaan diberbagai daerah yang ada di Indonesia. Dengan potensi ritel makanan yang besar tersebut dapat dijadikan sebuah peluang untuk membuat produksi produk rumah tangga (*home industry*) menjadi sebuah bisnis oleh - oleh berupa makanan khas daerah dan keistimewaan daerah bagi para wisatawan lokal maupun wisatawan asing.

Kabupaten Kampar merupakan bagian wilayah Provinsi Riau yang memiliki potensi untuk mengembangkan komoditas Nenas. Sentra produksi tanaman Nenas Kabupaten Kampar berada di Kecamatan Tambang yaitu di Desa Kualu Nenas dan Desa Rimbo Panjang dengan rata-rata produksi masing-masingnya sebesar 875 ton/ hektar dan 1,6 ton / hektar (Dinas Pertanian Kabupaten Kampar 2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Home industry keripik Nenas dan keripik Nangka merupakan salah satu jenis makanan tradisional yang merupakan makanan khas daerah Kampar. Jenis makanan ini dapat memberikan keuntungan yang cukup besar, dikarenakan dalam menjalankan bisnis makanan ini tidak membutuhkan modal yang begitu besar akan tetapi memiliki nilai ekonomis dan keuntungan yang cukup tinggi. *Home industry* Keripik Nenas dan Keripik Nangka menjadi salah satu jenis makanan yang mempunyai pengaruh besar bagi kesejahteraan ekonomi rakyat di Kabupaten Kampar, Desa Kualu Nenas khususnya. Keripik Nenas dan Keripik Nangka yang merupakan makanan khas Kampar ini adalah sejenis keripik buah yang terbuat dari bahan baku buah Nenas dan buah Nangka yang dikupas kulitnya dipotong dan digoreng dalam jumlah yang banyak. Akan tetapi, potensi yang sangat besar yang dimiliki *home industry* Keripik Nenas dan Keripik Nangka ini belum mampu dimanfaatkan dengan baik oleh para pengusaha yang menekuni usaha di industri tersebut, karena masih banyak dari mereka yang belum memperoleh dampak ekonomi yang signifikan dari usaha yang dijalankannya tersebut.

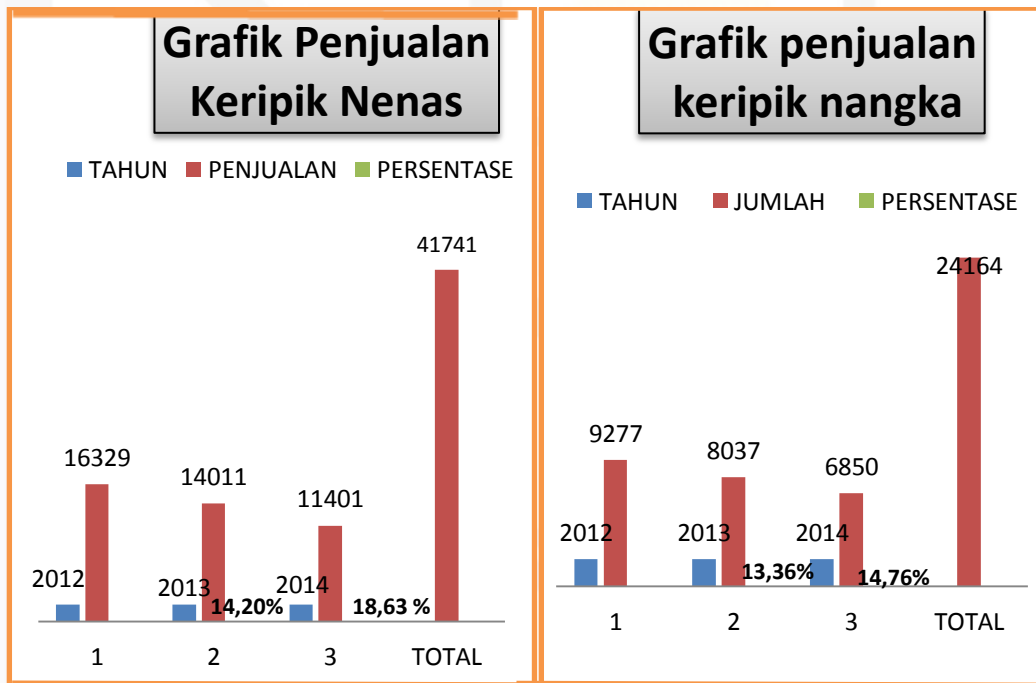
Usaha Keripik Nenas dan Keripik Nangka Sinar Hidayah merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang industri makanan keripik atau yang sering disebut dengan industri rumahan (*home industry*). Usaha Keripik Nenas dan Keripik Nangka Sinar Hidayah ini telah berdiri sejak tanggal 01 Januari 2010 yang beralamat di jalan raya Pekan Baru – Bangkinang KM 26 Kuala Nenas, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Usaha Keripik Nenas dan Keripik Nangka Sinar Hidayah ini tidak hanya memproduksi Keripik Nenas dan Keripik Nangka saja, melainkan ada beberapa produk lainnya seperti Wajik Nenas dan buah Nenas segar yang dijual dan diproduksi sendiri oleh perusahaan Keripik Nenas dan Keripik Nangka Sinar Hidayah.

Home Industry Sinar Hidayah ini masih terbilang sederhana karena, proses promosinya hanya dengan menggunakan promosi dari mulut ke mulut untuk mempromosikan Keripik Nenas dan Keripik Nangka tersebut dan pembelinya langsung datang ke tempat produksi *Home Industry* Sinar Hidayah.

Usaha Keripik Sinar Hidayah ini menghasilkan pendapatan yang tidak konsisten pada setiap periodenya atau setiap tahunnya dikarenakan *Home Industry* Sinar Hidayah ini tidak memiliki konsumen yang tetap untuk membeli keripik Nenas dan Keripik Nangka yang dijual oleh *Home Industry* Sinar Hidayah. Data penjualan Keripik Nenas dan Keripik Nangka di *Home Industry* Sinar Hidayah pada tahun 2012 sampai tahun 2014 dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Penjualan Keripik Nenas dan Keripik Nangka “SINAR HIDAYAH” (Pertahun)

PENJUALAN KERIPIK NENAS DAN KERIPIK NANGKA HOME INDUSTRY SINAR HIDAYAH PADA TAHUN 2012 – 2014 (BUNGKUS)							
NO	TAHUN	PENJUALAN KERIPIK NENAS	PENURUNAN PENJUALAN	PERSENTASE	PENJUALAN KERIPIK NANGKA	PENURUNAN PENJUALAN	PERSENTASE
1	2012	16329	-		9277	-	-
2	2013	14011	2318	14,20 %	8037	1240	13,36 %
3	2014	11401	2610	18,63 %	6850	1187	14,76 %
TOTAL		41741			24164		



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Keripik Nenas Dan Keripik Nangka Tahun 2012 – 2014

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya ilmiah, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari Tabel 1.1 dan Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 kapasitas penjualan Keripik Nenas dan Keripik Nangka di *Home Indurtry* Sinar Hidayah mengalami penurunan penjualan pada setiap tahunnya. Pada tahun 2012 hasil penjualannya sebanyak 16329 bungkus kemudian pada tahun 2013 turun menjadi 14011 bungkus atau mengalami penurunan sekitar 14,19% dan pada tahun 2014 turun menjadi 11401 bungkus atau 18,63%. Begitu juga dengan penjualan Keripik Nangka yang mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2012 hasil penjualannya sebanyak 9277 bungkus kemudian pada tahun 2013 turun menjadi 8037 bungkus yang mengalami penurunan sebesar 13,36% dan pada tahun 2014 turun menjadi 6850 atau 14,76%.

Penurunan hasil penjualan keripik ini dikarenakan faktor dari persaingan yang begitu ketat dan juga disebabkan oleh selera konsumen yang berubah terhadap datangnya musim buah - buahan (durian, rambutan, jeruk dan lain - lainnya), Keripik Ubi, Keripik Sukun dan juga Keripik Emping yang membuat konsumen beralih, sehingga daya beli konsumen terhadap keripik nenas dan keripik nangka menurun. Adapun pesaing *Home Industry* Sinar Hidayah yang juga memproduksi Keripik Nenas dan Keripik Nangka, dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1.2 Rekapitulasi Data Pesaing *Home Industry* Keripik Nenas Dan Keripik Nangka Sinar Hidayah

NO	NAMA PEMILIK USAHA	NAMA USAHA	KAPASITAS PRODUKSI PER HARI	TAHUN BERDIRI	JUMLAH KARYAWAN	HARGA PER Kg
1	SAKINAH	Home Industry keripik nenas dan nangka "SAKINAH"	6 Kg keripik Nenas dan Nangka	2013	3 orang	Rp.140.000
2	HJ. MARTINI	Usaha Baru Ibu	6 Kg keripik Nenas dan Nangka	2011	2 orang	Rp.140.000
3	SAMPURNA	Home Industry Keripik Nenas dan Keripik Nangka "SAMPURNA"	4 Kg keripik Nenas dan Nangka	2013	2 orang	Rp. 140.000
4	ARISNA	Keripik Nenas dan Keripik Nangka "RESTU"	5 Kg keripik Nenas dan Nangka	2014	2 orang	Rp. 150.000
5	DESWI	Dua Saudara	6 kg keripik Nenas dan Nangka	2013	2 orang	Rp. 120.000
6	MUSLIMIN	Home Industry "Berkat Bersama"	12 Kg keripik Nenas dan Nangka	2004	6 orang	Rp. 140.000
7	KHAIRUDIN BARAT	"Aroma Rasa"	14 Kg Keripik Nenas dan Nangka	2006	6 orang	Rp. 140.000

Sumber : Survey data pesaing Keripik Nenas dan Keripik Nangka di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau 2016.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pesaing *Home Industry* Sinar Hidayah yang ada di Desa Kualu Nenas dan di Desa Rimbo Panjang cukup banyak sehingga, sangat perlu bagi *Home Industry* Sinar Hidayah melakukan strategi - strategi dalam memasarkan produknya agar tetap bisa mempertahankan usaha *Home Industry* nya tersebut.

Dalam penelitian ini juga dilakukan studi pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen untuk melihat respon konsumen terhadap Keripik Nenas dan Keripik Nangka pada *Home Industry* Sinar Hidayah. Rekapitan hasil kuesioner pendahuluan dapat dilihat pada Tabel 1.3 sebagai berikut.

Tabel 1.3 Hasil Rekapitan Kuesioner Pendahuluan

NO	Pertanyaan	Jawaban Responden		Hasil Kuesioner %	
		Enak	Tidak enak	persentase	
1	Bagaimanakah rasa keripik nenas dan keripik nangka pada <i>home industry</i> sinar hidayah?	23	7	76,66 %	23,33%
		Mahal	Murah	persentase	
2	Bagaimanakah masalah harga keripik nenas dan keripik nangka pada <i>home industry</i> sinar hidayah?	21	9	70,00 %	30,00%
		bersih	kotor	persentase	
3	Bagaimanakah masalah kebersihan keripik nenas dan keripik nangka di <i>home industry</i> sinar hidayah?	28	2	93,33%	6,66%
		sudah	belum	persentase	
4	Apakah promosi dengan papan iklan yang digunakan oleh <i>home industry</i> sinar hidayah sudah terlihat dengan baik dan menarik?	4	26	13,33%	86,66%
		Ada	Tidak	persentase	
5	Apakah ada potongan harga jika anda membeli dalam jumlah yang banyak?	30	0	100%	0,00%

Tabel 1.3 Hasil Rekapitan Kuesioner Pendahuluan Lanjutan

NO	Pertanyaan	Jawaban Responden		Hasil Kuesioner %	
		sudah	belum	persentase	
6	Apakah promosi dengan papan iklan saja sudah cukup untuk proses promosi keripik nenas dan keripik nangka di <i>home industry</i> sinar hidayah?	3	27	10%	90%
7	Bagaimanakah keadaan tempat penjualan keripik nenas dan keripik nangka di <i>home industry</i> sinar hidayah?	Bersih	Kotor	persentase	
		29	1	96,66%	3,33%
8	Apakah fasilitas lingkungan <i>home industry</i> sinar hidayah sudah bersih?	sudah	belum	persentase	
		1	29	3,33%	96,66%
9	Apakah lahan parkir sudah memadai di <i>home industry</i> sinar hidayah?	sudah	belum	persentase	
		25	5	83,33%	16,66%
10	Apakah <i>home industry</i> ini memiliki dekorasi tempat penjualan yang menarik konsumen untuk membeli?	Ya	Tidak	persentase	
		6	24	20%	80%
11	Apakah sikap karyawan sudah ramah dalam melayani konsumen pada proses jual beli keripik nenas dan keripik nangka?	sudah	belum	persentase	
		21	9	70%	30%

Dari hasil kuesioner pendahuluan dapat dilihat bahwa masih banyak responden yang merasa tidak puas dengan produk yang dijual oleh *Home Industry* Sinar Hidayah. Hal ini terlihat dari jawaban - jawaban responden mengenai produk yang ditawarkan, terutama dari segi harga yang relatif mahal



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dibandingkan dengan pesaingnya, lingkungan tempat penjualan yang tidak kondusif, kurangnya promosi dan lain sebagainya.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh *Home Industry* Sinar Hidayah, maka *Home Industry* perlu melakukan strategi pemasaran dengan menggunakan pendekatan SWOT dan QSPM.

Metode SWOT (*Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats*) adalah identifikasi sebagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara simultan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Kekuatan adalah kemampuan *internal*, sumber daya, dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya. Kelemahan adalah keterbatasan *internal* dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan. Peluang adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan *eksternal* yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Ancaman adalah faktor pada lingkungan yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan (Kotler, 2008).

QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrik*) adalah alat yang memungkinkan penyusunan strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi secara obyektif, berdasarkan faktor – faktor keberhasilan penting *eksternal* dan *internal* yang diidentifikasi sebelumnya (David, 2010).

Secara konseptual, QSPM digunakan untuk menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi yang dibangun berdasarkan faktor – faktor keberhasilan penting *eksternal* dan *internal* perusahaan. Salah satu keistimewaan dari QSPM adalah bahwa rangkaian – rangkaian strateginya dapat diamati secara beruntun atau bersamaan. Keistimewaan lain dari QSPM adalah mendorong para penyusun strategi untuk memasukkan faktor - faktor *eksternal dan internal* yang relevan dalam proses pengambilan keputusan (Wijaya, 2013).



Gambar 1.2 Produk Keripik Nenas dan Keripik Nangka “Sinar Hidayah”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana merancang strategi pemasaran dengan menggunakan pendekatan matriks SWOT dan matriks QSPM di *Home Industry Sinar Hidayah*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah adalah

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor - faktor lingkungan *internal* dan *eksternal* perusahaan yang mempengaruhi strategi pemasaran pada

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemasaran Keripik Nenas dan Keripik Nangka pada *Home Industry* Sinar Hidayah.

2. Merancang strategi pemasaran Keripik Nenas dan Keripik Nangka dengan menggunakan pendekatan matriks SWOT dan matriks QSPM.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang dan membingungkan pembaca perlu adanya suatu batasan masalah, sehingga tujuan dan pelaksanaan penelitian ini dapat tercapai sesuai yang diharapkan. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Keripik dan Pemilik *Home Industry* Sinar Hidayah beserta 3 orang karyawan yang bekerja di *Home Industry* Sinar Hidayah.
2. Penelitian ini menganalisa kelebihan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini berdasarkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan informasi bagi pengusaha Keripik Nenas dan Keripik Nangka dalam memasarkan produknya secara *efisien* sehingga mereka mendapatkan keuntungan yang diinginkan.
2. Sebagai bahan informasi bagi para pengambil keputusan untuk perbaikan dan peningkatan pemasaran Keripik Nenas dan Keripik Nangka.
3. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi pihak - pihak lain yang meneliti tentang penelitian ini.

1.5 Posisi Penelitian

Penelitian mengenai strategi pemasaran dengan menggunakan SWOT telah banyak dilakukan sebelumnya, baik untuk penelitian – penelitian yang dilakukan untuk keperluan tugas akhir maupun tesis dengan menggunakan metode- metode yang berbeda sebagai cara pengukuran strategi pemasaran, tetapi

dalam penelitian ini saya akan mengkolaborasikan metode SWOT dengan matriks QSPM. Agar dalam penelitian ini tidak terjadi penyimpangan maka perlu ditampilkan posisi penelitian.

Tabel 1.4 posisi penelitian

Peneliti	Judul penelitian	Metode	Objek penelitian	Lokasi	Tahun
Rina Agustini	Analisis strategi pemasaran 7P obat-obatan dan vitamin ternak pada PT Alco Company Tangerang Banten	7P	PT ALCO COMPANY	Tangerang Banten	2007
Hany Setyorini, Dkk	Analisis strategi pemasaran menggunakan metode quantitative strategic planning matriks	QSPM	Restoran waroeng steak and shake cabang sukarno hatta malang	malang	2014
Bachtiar Rifai	Analisis strategi pemasaran usaha kecil menengah pada usaha mebel	SWOT	UKM UD. Agung mebel desa ciwalen kabupaten cianjur	cianjur	2012
Oki Saputra	Perancangan strategi pemasaran keripik nenas dan keripik nangka dengan menggunakan pendekatan SWOT dan QSPM di <i>home Industry Sinar Hidayah</i>	SWOT DAN QSPM	Home Industry Keripik Nenas dan Keripik Nangka Sinar Hidayah	Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar	2016

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1.5

BAB I

Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut.

: PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, posisi penelitian dan sistematika penulisan laporan.

BAB II

: LANDASAN TEORI

Mencakup semua teori serta prinsip yang mendukung untuk penulisan laporan penelitian dan pada saat melakukan penelitian di lapangan.

BAB III

: METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi merupakan alur yang digunakan oleh peneliti untuk memecahkan permasalahan yang terjadi

BAB IV

: PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Menjelaskan secara sistematis dari hasil pengolahan data untuk menentukan penentuan metode yang tepat digunakan oleh usaha Keripik Nenas dan Keripik Nangka *Home Industry* Sinar Hidayah.

BAB V

: ANALISA

Berisikan analisa - analisa tentang hasil dari penelitian dan pengolahan data yang dilakukan berdasarkan data yang ada.

BAB VI

: PENUTUP

Rangkuman dari proses pengumpulan dan pengolahan data yang kemudian dianalisa untuk mendapatkan hasil yang lebih baik serta saran yang dikemukakan untuk perbaikan strategi yang digunakan oleh perusahaan Keripik Nenas dan Keripik Nangka Sinar Hidayah?

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.