

## Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Jual Beli *Online* di *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman)

Yannita Ayu Prasetya<sup>1</sup>, Rais Abdullah<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda

<sup>1</sup>Email: Yannita67@gmail.com

<sup>2</sup>Email: Rais.abdull@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam di marketplace Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menurut mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, *marketplace* Shopee telah menerapkan dan mengimplementasikan prinsip etika bisnis Islam yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran dalam aktivitas bisnisnya. Dari tidak adanya diskriminasi kepada pembeli, tidak merugikan salah satu dari pihak tersebut dan pembeli juga bebas menepati atau membatalkan transaksi. Serta jujur dan amanah serta memposting gambar sesuai yang dijual, bertanggung jawab atas kesalahan yang dilakukan dan tidak ada unsur penipuan atau pemaksaan didalamnya.

**Kata Kunci:** Implementasi, Etika Bisnis Islam, Jual Beli *Online*, *Marketplace* Shopee

### Abstract

*This research aims to determine the implementation of Islamic business ethics. in the Shopee marketplace for students of the Faculty of Economics and Business, Mulawarman University. The method used in this study is a qualitative research method with descriptive research type and data collection techniques used are observation, interview documentation. The results of this study indicate that the Shopee marketplace according to Mulawarman University students of the Faculty of Economics and Business is appropriate to apply and implement the principles of Islamic business ethics, namely unity, balance, free will, responsibility and truth in its business activities, namely from the absence of discrimination against buyers, not detrimental to either. from that party and the buyer is also free to keep or cancel the transaction. As well as being honest and trustworthy and posting pictures as sold, are responsible for mistakes made and there is no element of fraud or coercion in it.*

**Keywords:** *Implementation, Islamic Business Ethics, Online Buying and Selling, Shopee Marketplace*

## PENDAHULUAN

Alquran dan hadis sebagai pedoman utama manusia tidak hanya mengatur perihal ibadah saja, melainkan juga mengatur kegiatan ekonomi manusia. Pedoman tersebut bertujuan untuk memberikan arah kepada manusia dalam memenuhi kebutuhannya di kehidupan ini. Allah SWT telah menyediakan beragam benda yang dapat digunakan manusia memenuhi kebutuhannya, namun dalam pemenuhan kebutuhan tersebut, manusia tidak mungkin memproduksi sendiri benda tersebut tanpa bantuan manusia lain.

Menurut (UTAMI 2018), kebebasan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhannya, tetap terikat pada norma-norma. Bagi seorang muslim, norma tersebut diacu agar hasil bisnis yang diusahakan menjadi halal dan barakah, karena prosedur perolehannya sesuai menurut Alquran, yakni antara lain adalah memperhatikan keadilan dan keterbukaan, serta menghindari riba dan praktik lain yang menciderai nilai-nilai etika.

Salah satu fenomena muamalah dalam bidang ekonomi adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik. Aktivitas perdagangan melalui media internet ini populer disebut dengan *electronic commerce* atau yang disingkat dengan *e-commerce*. *E-commerce* (situs jual beli *online*) merupakan suatu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara fisik akan tetapi secara virtual melalui media internet.

Kegiatan situs jual beli *online* saat ini semakin marak, karena ditambah dengan adanya situs yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli *online* ini semakin baik dan beragam. Berdasarkan data dari iPrice (perusahaan aggregator belanja *online*) *marketplace* yang paling sering dikunjungi saat ini ialah situs *marketplace* Shopee. Situs shopee hadir pada tahun 2015 dan merupakan pusat jual beli *online* terbesar di Indonesia yang dikunjungi oleh lebih dari 100.000 pengunjung setiap harinya, dengan rata-rata 67.68 juta pengunjung per bulan.

Berdasarkan wawancara awal pada mahasiswa FEB Unmul yang saat ini lebih “*up to date*” dibanding fakultas lain dan terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan gadget termasuk dalam kegiatan membeli produk di *marketplace* Shopee. Terbukti mahasiswa FEB Unmul melakukan transaksi belanja *online* di *marketplace* Shopee lebih dari tiga kali dalam sebulan, hal ini diungkapkan sendiri pada mahasiswa FEB Unmul dari berbagai jurusan.

Kegiatan belanja *online* ini memberi manfaat terutama bagi mahasiswa FEB Unmul karena memberikan kemudahan dalam mencari produk dan menghemat waktu, mahasiswa tentunya menginginkan suatu hal yang praktis dan cepat dalam pemenuhan kebutuhannya

Seiring dengan pesatnya situs *marketplace* dalam melakukan transaksi jual beli *online*, ternyata turut pula menimbulkan berbagai permasalahan. Beberapa permasalahan yang dapat muncul dalam transaksi *online* ialah (a) kualitas barang yang dijual, hal ini dikarenakan pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Pembeli hanya melihat tampilan gambar dari barang yang dijual, sehingga pembeli belum bisa memastikan secara konkrit apakah barang tersebut sudah sesuai dengan spesifikasi atau kriteria yang ingin dibeli. (b) lamanya estimasi pengiriman pada barang, menimbulkan kekhawatiran pembeli terhadap produk atau barang yang dibeli tersebut. (c) ketika barang tersebut sudah sampai di tangan pembeli, barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang di jual pada situs toko *online* tersebut, baik itu spesifikasi, jenis, dan sifat barang yang dijual. (d) ketika pembeli mengajukan hak komplain (*refund*) kepada situs toko *online*, tidak semua penjual toko *online* mau merespon terhadap barang yang di komplain.

Menurut (Widiyanto dan Prasilowati 2015) seorang muslim perlu memperhatikan apakah perilaku konsumen yang dilakukan telah sesuai dengan ajaran Islam atau tidak. Belanja *online* adalah sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh individu ketika melakukan transaksi jual beli secara *online*.

Pengetahuan tentang etika bisnis wajib dimiliki atau dipelajari oleh individu sebelum melakukan kegiatan bisnis, baik bagi produsen maupun konsumen keduanya harus mengetahui ilmu tentang etika bisnis. Pada dasarnya etika bisnis Islam harus dilakukan oleh para pelaku bisnis namun seorang pembeli pun juga harus memiliki wawasan tentang etika bisnis Islam, agar pada

saat terjadinya transaksi kedua belah pihak bisa mendapatkan kemaslahatan. Terutama pada konsumen yang ada dalam *marketplace*, dalam hal ini tidak bertemunya langsung antara penjual dan pembeli dalam *marketplace* membuat para pembeli terkadang semena-mena terhadap penjual.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **IMPLEMENTASI**

Implementasi menurut (Mulyasa 2013) merupakan suatu proses penerapan ide, konsep, kebijakan, atau inovasi dalam bentuk tindakan praktis sehingga memberikan dampak, baik berupa perubahan pengetahuan, keterampilan, maupun nilai dan sikap. Mengacu pada pengertian implementasi yang diuraikan diatas, menurut (Winarno 2012) beberapa tujuan implementasi yaitu, untuk melaksanakan rencana yang telah atau sudah disusun dengan cermat, baik itu oleh individu atau juga kelompok dan untuk dapat mengetahui kemampuan masyarakat didalam menerapkan suatu kebijakan atau juga rencana sesuai dengan yang diharapkan.

### **ETIKA BISNIS ISLAM**

Menurut (Djakfar, 2012), etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam arti, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam Alquran dan Hadis). Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi paling strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi.

Tugas utama etika bisnis adalah upaya untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis dengan tuntutan moralitas dan etika bisnis bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat mengenai bisnis dengan memberikan cara pandang yang baru yaitu bisnis tidak terpisahkan oleh sebuah etika. Oleh karena (Husnayain 2020) menyatakan bahwa etika sangat penting sekali diterapkan dalam bisnis.

### **ETIKA ISLAM TENTANG BISNIS**

Berkaitan dengan Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus di bangun dalam pribadi muslim adanya konsepsi hubungan manusia dengan Tuhannya, yang dalam bahasa agama dengan istilah (*hablum minaAllah wa hablumminnanas*). Dengan berpegangan pada landasan ini maka setiap muslim yang berbisnis atau beraktifitas akan merasa ada kehadiran pihak ketiga (Tuhan) di setiap aspek kehidupannya. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari setiap muslim dalam berbisnis, hal ini karna bisnis dalam Islam tidak semata mata orientasi dunia tetapi harus punya visi akhirat yang jelas. Dengan kerangka pikir seperti menurut (Djakfar 2012) itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam ekonomi Islam.

### **PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS DALAM ISLAM**

Prinsip utama yang ditentukan Islam dalam etika bisnis adalah bahwa transaksi dalam bisnis harus dilakukan secara sah dan tidak bertentangan dengan hukum. Selain itu, untuk meraih kesuksesan dalam berbisnis hendaknya memperhatikan aturan berbisnis dan melakukan strategi dalam berbisnis dengan benar. Maka sebagaimana disampaikan oleh (Fauzia 2013) dari itu Islam juga mengatur pedoman dalam berbisnis agar mendapatkan keuntungan sekaligus keberkahan.

Keberkahan usaha merupakan kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT. Maka untuk memperoleh keberkahan, seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip-prinsip etika bisnis yang telah digariskan dalam Islam. Teori (Beekum 2004) dalam bukunya Etika Bisnis Islami, prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam antara lain:

**a. Kesatuan (Tauhid)**

Kesatuan ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika bisnis Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Allah SWT. Tauhid merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia, termasuk dalam bisnis. Prinsip tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk yang bertuhan. Dengan demikian, dalam berbisnis manusia tidak lepas dari pengawasan Tuhan dan dalam rangka melaksanakan titah Tuhan. Praktik prinsip tauhid dalam bisnis salah satunya yaitu, tidak ada diskriminasi baik terhadap pekerja, penjual, pembeli, serta mitra kerja lainnya atau siapa pun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama.

**b. Keseimbangan**

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Makna yang terkandung pada konsepsi keadilan Islam ialah menempatkan segala sesuatu pada tempatnya, membebaskan sesuatu sesuai daya pikul seseorang, memberikan sesuatu yang memang menjadi haknya dengan kadar yang seimbang. Realitas etika bisnis dalam Islam adalah tidak memudaratkan (membahayakan) orang lain. Seorang pebisnis muslim harus menjadi kompetitor yang baik dan terhormat yang menganut kaidah, tidak melakukan mudarat dan tidak membalas orang lain dengan kemudaratannya. Kaidah ini sesuai dengan sabda Rasulullah SAW. Tidak boleh memudaratkan dan tidak pula membalas dengan memudaratkan orang lain. Jadi pebisnis muslim tidak melakukan hal-hal seperti memainkan harga barang, melakukan jual beli dengan memaksa pembelinya, dan lain sebagainya.

**c. Kehendak Bebas**

Dalam pandangan Islam, manusia dianugerahi potensi untuk berkehendak dan memilih di antara pilihan-pilihan yang beragam, kendati kebebasan yang dimiliki Allah. Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah SWT akan menepati semua kontrak yang telah ia buat.

**d. Tanggung Jawab**

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Manusia harus berani mempertanggungjawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia, bahkan yang paling penting adalah kelak di hadapan Allah SWT. Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.

**e. Kebenaran (Kejujuran)**

Kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Sikap ini dalam khazanah Islam dapat dimaknai dengan amanah. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis. Dari sikap kebenaran, kebajikan dan kejujuran demikian maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan, dan kemitraan yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan.

**ETIKA PROMOSI DALAM ISLAM**

Ada beberapa hal, yang menurut (Buchari 2010) menarik untuk dikaji perihal bagaimana hukum promosi produk seperti itu dalam perspektif Islam, terutama jika memang terdapat ketidaksesuaian antara suatu promosi dengan ketentuan dalam hukum Islam, yaitu sebagai berikut:

- a) Iklan merupakan tindakan memuji dan mengeluh-elukan atas suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Tentunya, hal tersebut tidak terlepas dari pujian yang benar (*haqq*) atau yang tidak benar mengandung kebohongan (*ghayr haqq*). Jika pujian itu benar, maka hukumnya boleh.
- b) Promosi dengan sampel hukumnya diperbolehkan. Istilah fiqih yang mengarah pada bentuk jual beli dengan promosi sampel adalah *al-aby' bi al-namudhaj* (jual beli dengan contoh atau sampel). Promosi dengan sampel ini diperbolehkan apabila sampel atau contoh itu, sesuai dengan produk yang diperjualbelikan.
- c) Potongan harga atau diskon dikenal dengan istilah *fukah* dengan sebutan *alhatt min al-thaman* atau *al-naqs min al-thaman* (penurunan harga atau pengurangan harga). Hukum dari bentuk promosi ini adalah diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti penipuan kepada konsumennya, menimbulkan *mudarat* kepada orang lain dan sebagainya. Termasuk dalam kategori potongan harga atau diskon ini adalah bentuk promosi dengan paket harga, kemasan ukuran jumbo atau ganda, kupon dan premi. Jika dikatakan menjual produk lebih murah di harga pasaran, membawa *mudarat* kepada pelaku pasar. Maka dapat dijawab bahwa pertanyaan tersebut yang justru membawa *mudarat* kepada masyarakat seluruhnya dan orang-orang miskin. Kemudian jika harus memilih antara menghilangkan *mudharat* yang menimpa plaku pasar dan *mudharat* yang menimpa orang banyak, tentu saja yang dimenangkan adalah menghilangkan *mudharat* yang menimpa orang banyak.
- d) Hukum hadiah dengan undian atau sayembara adalah boleh, jika memang si pembeli mempunyai kebutuhan terhadap barang yang dibeli bukan karena motivasi hadiah semata, sehingga dalam hal ini akan terhindar dari unsure judi, pemborosan dan berlebih-lebihan. Sebaliknya jika termotivasi hadiah semata, maka hukumnya adalah haram karena termasuk membeli barang atau produk yang tidak dibutuhkan dengan mengarah pada judi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan pada *marketplace* Shopee. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder yang diperoleh dengan teknik Pengumpulan data yaitu dengan metode observasi, metode wawancara, dokumentasi, dan metode triangulasi untuk membanding informasi yang diperoleh serta mengecek keabsahan data yang ada. Penelitian ini menggunakan (1) metode reduksi data yaitu Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum dan dipilih hal-hal pokok serta difokuskan pada hal-hal yang penting. (2) Penyajian data yaitu Data yang diperoleh dikategorikan menurut pokok permasalahannya dan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga memudahkan peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya dan (3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi Adalah langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data, yaitu data disimpulkan lebih jelas dan diverifikasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Jual Beli Online di *Marketplace* Shopee**

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa *marketplace* Shopee menurut mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman sudah mengimplementasikan prinsip etika bisnis Islam, yaitu (1) kesatuan atau tauhid, dari delapan informan tidak ada satu pun yang pernah merasakan atau mengalami diskriminasi saat berbelanja di *marketplace* Shopee. Walau terkadang terdapat penjual yang memposting barang KW tetapi para penjual sudah memberikan keterangan barang tersebut tidaklah *original* dan harga yang berbeda dengan barang aslinya dan pembeli harus selalu teliti dalam memilih toko untuk melakukan transaksi di *marketplace* Shopee. Oleh karena itu, jual beli *online* pada *marketplace* Shopee sesuai dan telah menerapkan prinsip kesatuan (tauhid) tetapi tetap saja pembeli harus berhati-hati jika ingin bertransaksi. (2) Keseimbangan, *marketplace* Shopee sejauh ini sudah menerapkan salah satu prinsip etika bisnis Islam yaitu keseimbangan,

terbukti bahwa tidak ada yang dirugikan dari dua belah pihak tersebut karena pembeli dan penjual sudah memiliki hak yang sama dan sudah ada prosedur yang diberlakukan di Shopee. Tetapi pembeli harus selalu teliti dalam memilih toko agar kerugian sekecil apapun tidak akan terjadi kepada pembeli. (3) Kehendak Bebas, jual beli *online* pada *marketplace* Shopee sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, yaitu kehendak bebas. Karena dalam proses transaksi jual beli *online* tidak ada unsur keterpaksaan yang diberikan Shopee dan juga pembeli bebas untuk menepati atau membatalkan dari transaksi tersebut. (4) Tanggung Jawab, dalam jual beli *online* di Shopee sudah sesuai dengan prinsip tanggung jawab. Dari kebebasan yang diberikan oleh *marketplace* Shopee kepada penggunanya mereka juga menekankan sikap tanggung jawab kepada penjual yang mana mereka harus melayani pelanggan sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan oleh *marketplace* Shopee dalam hal memposting produk, pengiriman, memberikan harga dan pembeli dalam melakukan transaksi. (5) Kebenaran atau Kejujuran, Dari data yang diperoleh kedelapan Mahasiswa FEB, tujuh orang mengatakan bahwa di *marketplace* Shopee semua sudah menerapkan kebenaran dan kejujuran dalam memposting foto produk dan spesifikasi produk yang ditawarkan, tetapi ada satu orang yang mengatakan bahwa ada beberapa toko yang memposting posting foto barang kw dengan spesifikasi yang sama tetapi telah dijelaskan oleh penjual tentang kualitas barang yang di posting dan harga yang berbeda dengan barang yang asli/original, hal ini berhubungan dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu tauhid, yang mana tidak ada diskriminasi pada penjual dan pembeli dan penjual akan mengatakan bahwa barang yang di tawarkan bukanlah barang yang asli/original sehingga pembeli tau bahwa barang tersebut adalah barang kw dan pembeli harus lebih teliti dalam memilih produk dan membaca spesifikasi produk pada *marketplace* Shopee agar tidak terjadinya kerugian pada saat bertransaksi di *marketplace* Shopee dan dapat diambil kesimpulan bahwa jual beli *online* pada *marketplace* Shopee sesuai dengan prinsip kejujuran atau kebajikan.

## **SIMPULAN**

Dalam prinsip etika bisnis Islam, menurut mahasiswa FEB Universitas Mulawarman, *marketplace* Shopee telah menerapkan dan mengimplementasikan prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran dalam aktivitas bisnisnya. Dari tidak adanya diskriminasi kepada pembeli, tidak merugikan salah satu dari pihak tersebut dan pembeli juga bebas menepati atau membatalkan transaksi. Serta jujur dan amanah, memposting gambar sesuai yang dijual, bertanggung jawab atas kesalahan yang dilakukan dan tidak ada unsur penipuan atau pemaksaan didalamnya karena pada *marketplace* Shopee semua sudah diatur didalam sistem yang sudah ditetapkan oleh pihak Shopee dan semua aturan yang ada di dalam shopee sudah menguntungkan baik bagi penjual maupun pembeli.

## **DAFTAR PUSTAKA.**

- Beekum, Rafik Issa. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Buchari. 2010. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: Alfabeta.
- Djakfar, M. 2012. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus.
- Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyasa, E. 2013. *Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- UTAMI, NANI. 2018. "PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI ONLINE SISTEM DROPSHIPPING DI RITEL WILAYAH PONOROGO" 10 (2): 1–15.
- Widiyanto, Ibnu, dan Sri Lestari Prasilowati. 2015. "Perilaku Pembelian Melalui Internet." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)* 17 (2): 109–12. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.109-122>.
- Winarno, Budi. 2012. *Kebijakan Publik*. Yogyakarta: CAPS.