



Mochammad Nur Kholis  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
Fakultas Sains dan Teknologi  
Program Study Teknik Industri



## Mekanisme pasar & penawaran

**Mochammad Nur Kholis**

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo - UMS

Program Studi Teknik industri 2A1

Nomor Induk Mahasiswa 191020700005

[Mochammadnurkholis14@gmail.com](mailto:Mochammadnurkholis14@gmail.com)

### ABSTRAK

*pasar memang memiliki peranan yang sangat penting di dalam menjalani sebuah kehidupan. Setiap hari kita tidak akan terlepas dari kegiatan jual beli baik secara tradisional maupun modern (langsung maupun tidak langsung). Oleh karena itu saya menyusun suatu jurnal guna untuk menjelaskan secara menyeluruh mengenai struktur pasar, terutama struktur –struktur pasar (pengertian-pengertian pasar, mekanisme pasar, fungsi pasar, klasifikasi pasar, jenis-jenis pasar) dan sistem penawaran dalam pasar baik definisi pasar, hukum penawaran, kurva penawaran hingga faktor yang mempengaruhi penawaran.*

**UMSIDA**

DARI SINI PENCERAHAN BERSEMI

### PENDAHULUAN

Dalam suatu kehidupan kita memerlukan berbagai macam kebutuhan hidup sehari-hari yang tidak bisa kita dapatkan secara langsung, dalam artian ini tidak semua kebutuhan hidup dapat diperoleh langsung dari alam, misalnya saja seperti pakaian, mobil, rumah, dan lain sebagainya. Oleh karena itu sering kali kita menjumpai proses jual beli kebutuhan sehari-hari di sekitar kita, baik di lingkungan pasar maupun di tempat-tempat umum.

## 1,1.pengertian pasar



secara umum pasar merupakan lokasi dimana baik penjual maupun pembeli saling bertemu, dan melakukan suatu proses tukar menukar baik dalam bentuk barang maupun dalam bentuk jasa. Dimana suatu proses tukar menukar antar barang dan barang, barang dan jasa, jasa dan barang, jasa dan jasa yang biasa terjadi di pasar dan telah dimulai dari awal peradaban manusia. dalam artian lain yang dimaksud dengan pasar merupakan suatu proses bertemunya permintaan dengan penawaran dengan cara tidak langsung. Di dalam suatu pasar mekanisme sering terdengar sebagai penentu batasan harga yang berdasarkan pada baik permintaan maupun penawaran. Adapun beberapa ahli berpendapat mengenai pasar

### berikut pengertian pasar menurut para ahli

- **William J. Stanton**, pengertian pasar ialah kumpulan dari masyarakat-masyarakat dan bertujuan untuk mendapatkan rasa puas. Kepuasan itu berasal dari pemakaian uang untuk ditukarkan dengan barang yang dikehendaki.
- **Simamora** pasar ialah kumpulan masyarakat yang memiliki kebutuhan dan keinginannya untuk membeli barang tertentu. tidak hanya itu, mereka juga punya kemampuan untuk membeli produk tersebut. Dimana kemungkinan tukar-menukar barang dengan alat pembayaran pun terjadi

- **Menurut Kotler&Amstrong** Pasar ialah pertemuan antara para pembeli yang berkemampuan dan penjual yang menawarkan produk maupun jasa.
- **Menurut Handri Ma'aruf** Pasar ialah ruang para penjual dan para pembeli bertemu. Di mana ada permintaan maupun penawaran antara penjual dan pembeli kemudian terjadi transaksi jual dan beli.
- **Menurut Atep Adya Barata** Pasar merupakan tempat berkumpulnya penjual maupun pembeli. pendapat Atep pertemuan ini tidak harus terjadi secara langsung, Bisa melalui penghubung atau melalui media-media tersendiri. Dan kemudian, setelah pertemuan tersebut adanya proses pertukaran.

## 1.2.Mekanisme pasar

mekanisme pasar yaitu proses dimana keinginan akan berubahnya harga pasar hingga menjadi jumlah yang di negosiasikan sesuai dengan jumlah yang diminta. Melalui penjelasan ini, dapat kita simpulkan bahwasanya proses pasar dibagi menjadi dua antarlain permintaan dan penawaran.

Barang maupun jasa mampu di katakan mempunyai nilai jual jika barang tersebut dapat sangat diperlukan dan sulit untuk dicari. Prose permintaan di sebabkan oleh jumlah suatu barang dan keperluan tidak sejajar yang menimbulkan suatu keinginan untuk memiliki barang tersebut. Sebaliknya jika barang tersebut mudah di cari dan membantu sebagian masyarakat untuk mempergunakan kelangkaan itu dengan cara menjual belikannya, sehingga kesulitan mendapatkan barang tersebut menyebabkan sebah penawaran.

## 1.3.Fungsi pasar

Pasar mempunyai guna yang sangat penting dalam kehidupan manusia yaitu:

### 1. Mempertemukan Seorang Pembeli Dengan Barang atau Jasa yang Dibutuhkan atau Diinginkan

Belum tentu segala sesuatu yang anda miliki saat ini sangat anda perlukan guna menompang kelangsungan hidup ada. pasar sangat di perlukan dalam kehidupan sehari hari . Pasar mampu menjadi tempat anda menemukan kebutuhan sehari harinyang awalnya sulit untuk di peroleh

Agar anda bisa mendapatkan hal yang mungkin anda butuhkan anda harus untuk mempunyai alat tukar yang sesuai dengan barang maupu jasa yang anda butuhkan. Untuk masa kini ada beberapa alat tukar antara lain uang ataupun saldo kartu kredit maupun debit.

- **Mata Pencaharian**

Pasar dapat di gunakan sebagai sarana untuk masyarakat mencari penghasilan sebagai matapencaharian. Pasar merupakan sesuatu yang mempersiapkan tempat bagi para produsen untuk menukarkan apa yang dimilikinya dengan berbagai .

Para penjual akan mendapat pemasukan dari harga yang telah mereka tetapkan. Dan mereka dapat mengembalikan modal dengan pemasukan tersebut , atau membangun bisnis baru.

- **Menujang Perekonomian suatu Negara**

Dengan adanya perekonomian di suatu negara dapat mengalami peningkatan. Dan juga tingkat kesejahteraan masyarakat pun meningkat.

Pasar dapat di gunakan untuk menopang angka devisa bangi suatu negara dengan cara melakukan transaksi jual beli antar negara

- **Menjaga Stabilitas**

Kondisi ekonomi masyarakat menjadi lebih stabil dengan adanya pasar. masyarakat mampu mendapatkan segala keperluan tanpa harus ketentuan dari pemerintah

Pasar merupakan sarana sebagai sumber penghasilan bagi para penjual guna mendapatkan uang, hal dapat menaikkan angka perekonomian dan membuat kondisi masyarakat jadi lebih stabil.

#### **1,4.Konsep Pasar**

Terdapat beberapa konsep pasar di dunia ini antara lain merupakan:

##### **1. Konsep Pasar Monopoli.:**

Jika sebuah pasar hanya di kuasai oleh satu produsen ini disebut konsep monopoli. Kondisi ini terjadi, sumberdaya tertentu dan hanya di suplai oleh satu perusahaan saja.

misalnya.seluruh masyarakat indonesia sangat bergantung pada perusahaan listrik milik negara(PLN) karena hanya perusahaan tersebut yang mengatur listrik seluruh wilayah Indonesia.

## 2. Konsep pasar monosopli.:

Konsep monopoli merupakan kebalikan dari monopoli, merupakan kondisi dimana pasar di kuasai oleh seorang konsumen. Ini dikarenakan pembeli mampu membeli dengan daya beli yang tinggi dan posisi tawar yang tinggi. seseorang pengepul dan para petani. Petani tidak dapat mempunyai posisi penawaran yang tinggi sehingga mereka akan menuruti harga yang ditawarkan sang penawar

## 3. Konsep Pasar Oligopoli

Konsep pasar oligopoli juga tidak jauh beda dari konsep monopoli. Hanya saja dalam konsep oligopoli ini terdapat beberapa pendominasi penjualan.

Dalam memperebutkan konsumen para penjual tersebut berlomba lomba menguasai sumberdaya dengan biaya modal yang tinggi.

## 4. Konsep Pasar Oligopsoni

Suatu Konsep oligopsoni dimana konsumen lebih mendominasi dan memiliki daya tawar dan daya beli yang teramat tinggi.

konsep ini memiliki artian mirip dengan konsep monopsoni yang di mana penjual tidak memiliki posisi penawaran tinggi sehingga akan menuruti harga dari penawar.

## 5. Konsep Pasar Persaingan Sempurna

Konsep ini sangat sesuai bagi pembeli atau pun pedagang. Dimana kondisi antara pembeli dan penjual memiliki posisi menawar yang sama.

Bahkan tidak hanya itu saja, konsep pasar persaingan sempurna anda dapat memilih barang yang sesuai dengan kebutuhan anda, anda juga dapat menjadi produsen maupun konsumen di konsep pasar ini.

Pada saat ini persaingan pasar yang sempurna sangatlah sulit diwujudkan baik dalam konsep makro maupun mikro.

## 6. Konsep usaha mikro

konsep usaha mikro merupakan sesuatu dinilai mampu menompang sektor riil, guna memperkecil angka pengangguran dan angka kemiskinan di suatu negara. Karena itu di butuhkan peran semua pihak guna menompang pertumbuhannya. Untuk menompang perkembangan suatu usaha mikro selalu memantau perkembangan usahanya yaitu melalui proses pencatatan keuangan usaha yang tertata baik. Oleh karena itu, pendampingan pada kelompok usaha mikro ini, dilakukan dengan prosesproses untuk meningkatkan keahlian anggota kelompok, tentang pencatatan keuangan usaha



yang sesuai dengan aturan pencatatan keuangan. Pendekatan yang digunakan untuk melakukan dampingan merupakan pendekatan Asset Based Community Development, dengan metode Appreciative Inquiry. Ada beberapa tahapan yang harus dilakukan,

- discovery
- dream
- design
- destiny

sehingga dari tahapan-tahapan yang dilalui ini, ditemukan hal-hal positif yang dimiliki oleh kelompok dampingan, yang kemudian disusun strategi dan menggunakannya untuk meningkatkan nilai dari hal-hal positif yang dimiliki tersebut. Hasil yang diperoleh dengan menerapkan pendekatan dan metode yang telah ditetapkan, yaitu kelompok dampingan telah mengalami peningkatan terkait keahliannya dalam melakukan pencatatan usahanya secara signifikan. Hal ini terbukti bahwa kelompok ini telah dapat membuat jurnal, neraca, dan laporan laba rugi secara sederhana.

UMSIDA  
DARI SINI PENCERAHAN BERSEMI

## Klasifikasi Pasar:

Secara umum pasar di bagi menjadi dua macam yaitu.

### 1. Pasar tradisional



suatu proses tukar menukar barang secara tradisional di lingkup pasar disebut pasar tradisional. Barang kebutuhan yang mendasar atau sering disebut kebutuhan primer dapat dengan mudah kita jumpai di pasar tradisional.

Di masa yang maju ini (era modern), pasar tradisional tetap banyak dikunjungi dari semua kalangan dikarenakan di pasar tradisional harga barang-barang lebih terjangkau dan di pasar tradisional juga kita dapat menjumpai segala sesuatu untuk kebutuhan hidup yang mendasar secara lengkap pasar tradisional sendiri sangat mudah di jumpai meskipun di kota-kota besar.

Belanja di pasar tradisional sendiri dapat dikatakan menguntungkan terutama dari segi ekonomi karena pada dasarnya harga yang di patok oleh para penjual masih bisa ditawar oleh para pembeli.

## 2. Pasar Modern



Dalam hal ini sebagai supermarker tergolong dalam pasar modern dimana pasar yang lebih bersih dan menunjang kenyamanan para pembeli.

Pasar modern juga menyediakan barang mentah seperti halnya daging akan tetapi daging tersebut dikemas sedemikian rupa agar tidak mengotori pasar tersebut. Dalam berbelanja di pasar modern pembayaran dapat dilakukan secaradigital antarlain, seperti kartu kredit, debithingga pembayaran berbentuk dompet digital.

Segala jenis pasar memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Untuk masyarakat modren pasar modren lebih di ganrung karena dinilai lebih aman dan nyaman.

Untuk mendapatkan harga yang relatif terjangkau kita dapat memilih pasar tradisional karena dinilai dapat membeli barang satuan maupun grosir

### 1.5. Jenis-Jenis Pasar

Berdasarkan bentuknya, pasar dibagi menjadi dua jenis yaitu pasar nyata & pasar abstrak

- **Pasar nyata**

pasar nyata merupakan tempat di mana penjual dan pembeli saling bertemu. dalam pasar nyata sendiri transaksi berlangsung secara langsung sehingga minim terjadi salah pengertian hingga bahkan penipuan.

Di sini pembeli dapat memperkirakan secara langsung barang yang nantinya akan akan beli. Oleh karena ketika terjadi suatu kesalahan kita tidak dapat langsung menyalahkan penjual karena proses pembelian terjadi secara langsung.

Hanya saja terdapat beberapa kekurangan dari pasar ini, pasar ini dinilai kurang praktis. Karena penjual dan pembeli harus melakukan pertemuan secara langsung di suatu tempat dan melakukan transaksi jual beli

- **Pasar Abstrak**

Tempat bertemunya para penjual dan pembeli dan tidak dituntut bertemu secara langsung. seperti halnya pasar online yang kian marak digunakan

Pasar ini dinilai sebagai pembunuh pasar yang nyata. Karena fasilitas yang disediakan oleh pasar ini cukup menarik dan kebanyakan orang sekarang lebih memilih pasar abstrak karena pasar ini di claim dapat dilakukan di mana saja dan pilihan barangnya lebih banyak.

Pasar ini juga memiliki beberapa kelebihan antara lain pasar ini diklaim mampu diakses di segala tempat, cuaca dan kondisi tanpa mempersulit penjual maupun pembeli dalam bertransaksi.

Pasar ini juga memiliki beberapa kelemahan antara lain anda selaku pembeli tidak dapat mengecek secara langsung kondisi barang yang anda inginkan

Pasar ini juga memiliki beberapa kelemahan bagi penjual anda selaku penjual harus sangat percaya pada jasa-jasa pengiriman (ekspedisi), dan terdapat beberapa kemungkinan seperti rusak nya barang, hilangnya barang dll.

Ada beberapa cara agar pasar nyata mampu bersaing di masa sekarang ini antara lain:

- Pasar nyata mampu menjadi suatu pasar yang menjual barang dengan harga lebih terjangkau

- Pasar nyata menjual barang-barang lebih segar dan tak mungkin untuk dikirim dengan menggunakan ekspedisi
- Pasar nyata membuat sebuah konsep yang dapat dikatakan menarik, seperti bazar atau *pop-up market*.
- Pasar nyata melakukan sebuah terobosan *hybrid*. Yang berarti pemilik pasar nyata juga dapat menjual barangnya di pasar abstrak dengan bantuan aplikasi pengantar makanan atau aplikasi *e-commerce*
- Pasar nyata juga mampu memprediksi biaya sewa dengan tidak membuka toko yang terlalu besar sehingga modal bisa dialokasikan ke tempat lain.
- Pasar nyata juga dapat hadir di sebuah *event* tertentu, seperti halnya *car free day*.

### Penawaran

penawaran atau Supply merupakan jumlah suatu barang atau jasa yang ingin ditawarkan pada berbagai tingkatan harga selama periode tertentu. Seperti dalam permintaan yang terdapat hukum permintaan, dan di dalam penawaran juga terdapat hukum penawaran yang menjelaskan hubungan antara banyaknya barang atau jasa yang ditawarkan dengan harganya. menurut Ibnu Taimiyah penawaran adalah kekuatan penting dalam pasar sebagai ketersediaan barang yang ada di pasar. Menurutnya penawaran bisa dari impor dan produksi lokal sehingga kegiatan ini dilakukan oleh produsen maupun penjual. Dalam tercapainya suatu masalah penawaran sendiri dibutuhkan keimanan yang ada pada diri produsen, apabila jumlah masalah yang terkandung dalam barang yang diproduksi maka akan meningkatkan jumlah produksinya. Selain itu sebagai faktor dari suatu penawaran sendiri terlihat dari keuntungan yang didapat, dan yang menjadi unsur dari keuntungan ini merupakan harga barang dan harga biaya produksi. Harga barang sendiri memiliki pengaruh pada nilai keadilan, sebab dengan harga yang tidak adil akan menurunkan penawaran di pasar yang akan berdampak buruk pada mekanisme pasar. Sedangkan biaya suatu produksi yang menyesuaikan harga merupakan suatu hal yang sangat wajar terjadi apabila mengalami kenaikan dengan penilai situasi dan kondisi yang ada

### Definisi Penawaran

Menurut G.Mankiw jumlah yang ditawarkan berhubungan positif dengan harga barang. jumlah yang ditawarkan akan meningkat ketika harga meningkat dan menurun

ketika harga menurun. harga dan jumlah yang ditawarkan disebut sebagai hukum penawaran dengan menganggap hal lainnya sama, ketika harga barang meningkat, maka kuantitas barang tersebut yang ditawarkan akan meningkat.

Menurut T.Gilarso jumlah dari barang tertentu yang nantinya akan dijual pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu, ceteris paribus. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian penawaran menuju pada hubungan fungsional antara jumlah yang mau dijual ( $Q_s$ ) dan harga per satuan ( $P$ ). Berapa jumlah barang yang ditawarkan atau mau dijual dipengaruhi oleh harga barang bersangkutan.

### **Hukum penawaran :**

Hukum penawaran menjelaskan bahwa jumlah barang yang ditawarkan berbanding seajar dengan tingkat harga. Artinya, jika harga barang naik, maka jumlah barang dan jasa yang ditawarkan akan naik juga begitupun sebaliknya jika harga barang turun, maka jumlah penawaran barang dan jasa akan ikut turun juga.

Dari hukum penawaran sangat jelas bahwa harga dan jumlah penawaran berdampak positif. Jadi barang dan jasa yang ditawarkan pada suatu waktu tertentu akan sangat tergantung pada tingkat harganya. Pada kondisi dimana faktor-faktor lain tidak berubah. Jika suatu barang maupun jasa naik, maka penjual cenderung menjual suatu barang dan jasa dalam jumlah yang lebih banyak. sebaliknya jika suatu barang maupun jasa harganya turun, maka penjual cenderung menurunkan jumlah suatu barang dan jasa yang akan ditawarkan.

### **faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran, yakni :**

Penawaran dan produksi mempunyai hubungan yang sangat erat. Hal-hal yang mempengaruhi kegiatan produksi terhadap jumlah penawaran. faktor-faktor yang memengaruhi penawaran:

1. Harga barang itu sendiri.
2. Harga barang lain yang terkait.
3. Harga sumber produksi.
4. Harga produksi.
5. Teknologi produksi.
6. Jumlah pedagang/ penjual.
7. Tujuan perusahaan.
8. Kebijakan Pemerintah
9. Pajak
10. Restribusi
11. Perkiraan harga pada masa depan

Harga barang itu sendiri.

Penawaran konsumen terhadap suatu barang terjadi karena tingginya jumlah produksi suatu barang tersebut, hal ini disebabkan karena ketika harga suatu barang naik maka para produsen menambah jumlah barang yang mereka produksi

Harga barang lain yang terkait.

Harga barang pengganti yang mengalami kenaikan akan mempengaruhi penawaran suatu barang ikut bertambah, dan sebaliknya.

Harga sumber produksi.

Berpindah nya suatu produsen dari satu perusahaan satu ke perusahaan lain dikarenakan naiknya harga dari faktor suatu produksi dan perusahaan tetap memproduksi barang tersebut akan tetapi dengan jumlah yang lebih sedikit dan menggunakan anggaran yang tetap, ini menyebabkan menurunnya penawaran atas barang dari industri tersebut

Harga produksi.

Berkurangnya penawaran atas barang-barang tertentu karena produsen mengurangi hasil suatu produksi dikarenakan biaya produksi yang meningkat, biaya suatu produksi sangat bergantung pada harga kenaikan masuk.

kemajuan teknologi produksi.

barang baru yang tercipta karena kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap penurunan biaya suatu produksi, ini menyebabkan naiknya jumlah penawaran atas suatu barang di masyarakat

Jumlah pedagang/ penjual.

Meningkatnya penawaran atas suatu barang disebabkan banyaknya jumlah penjual suatu produk tersebut.

### **Pajak**

Pajak merupakan suatu ketentuan yang dibentuk oleh pemerintah terhadap suatu produk dan sangat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya harga suatu barang. Jika suatu barang naik, permintaan akan menurun, sehingga penawaran akan menurun.

### **Restribusi**

menurut Undang-undang tahun 2009 no.28 untuk kepentingan suatu pribadi pemerintah daerah menyediakan perizinan untuk khusus-khusus tertentu, dan menggunakan hasil dari pungutan daerah tersebut untuk membayar jasa perizinan tersebut.

### **Perkiraan Harga Pada Masa Depan**

Perkiraan harga pada masa yang akan datang sangat memengaruhi besar kecilnya suatu jumlah penawaran. Jika suatu perusahaan menaikkan harga dari suatu barang maupun jasa sedangkan penghasilan masyarakat tetap, maka perusahaan akan menurunkan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan.

### **Kurva Penawaran**

Suatu penghubung antara jumlah barang yang di produksi dengan harga menggunakan titik kombinasi pernyataan Menurut Haryati (2007). Kurva penawaran yaitu suatu garis pembatas jumlah barang yang ditawarkan pada tingkat harga tertentu. Pada tingkat harga yang ditentukan, penjual bersedia menawarkan lebih sedikit tetapi penjual tidak mau menawarkan lebih banyak. Penjual bersedia menerima harga yang

lebih tinggi dari suatu jumlah tertentu, tetapi penjual tidak bisa menawarkan jumlah itu dengan harga yang lebih rendah. ini dinamakan dengan kesediaan minimum penjual menerima harga (willingness to accept).

**kurva penawaran mempunyai ciri-ciri, yaitu :**

- Digambarkan dari kiri atas ke kanan bawah
- P dan Q, Jika P naik maka Q turun Jika P turun maka Q ini disebabkan oleh berlereng negatif dan menyebabkan hubungan yang terbalik
- Bergerak ke atas dari sebelah kiri ke kanan
- Berdampak positif antara harga dan jumlah yang ditawarkan dalam hal ini apabila harga meningkat, jumlah penawaran ikut meningkat dan apabila harga turun, jumlah penawaran ikut turun.

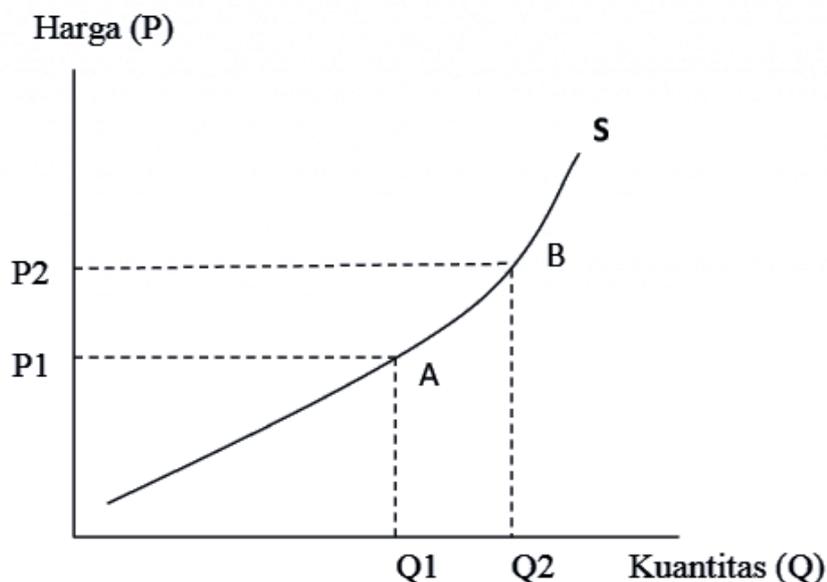
**Pergerakan dan Pergeseran Kurva Penawaran**

•Pergerakan kurva penawaran

Berubahnya jumlah produk yang di tawar kan mempengaruhi harga produk tersebut,dan ini disebabkan oleh suatu perpindahan yang terjadi di sepanjang kurva penawaran.

.Pergerakan ini searah dengan Hukum Penawaran, yaitu ketika harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang akan ditawarkan akan bertambah, sehingga titik pada kurva penawaran akan bergerak ke kanan

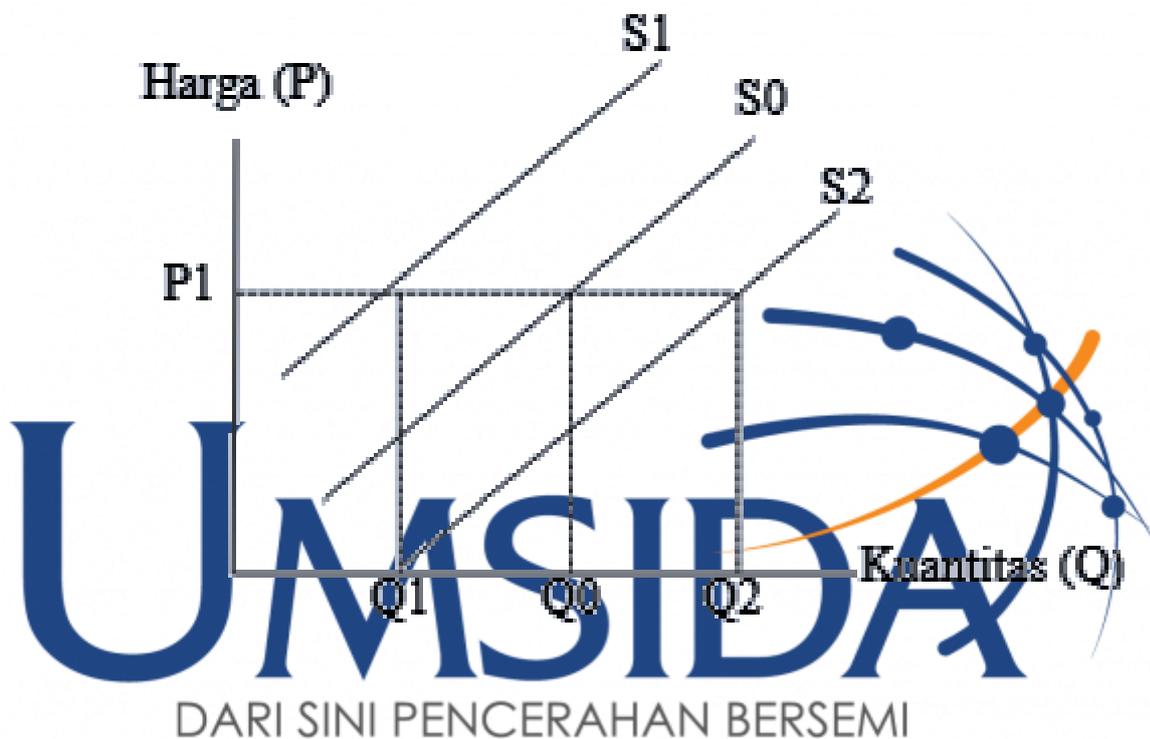
DARI SINI PENCERAHAN BERSEMI



### Pergeseran Kurva Penawaran

kurva penawaran juga dapat mengalami pergeseran, baik ke kanan maupun ke kiri. Pergeseran ini disebabkan jumlah suatu produk yang ditawarkan produsen berubah sebagai akibat dari berbagai faktor kecuali faktor harga produk tersebut.

faktor yang dimaksud dalam hal ini diantaranya adalah harga input, teknologi, harapan (ekspektasi), dan jumlah penjual.





### **kesimpulan:**

Berdasarkan dari semua sumber yang sudah saya baca dan sudah saya membahasnya diatas, dapat saya simpulkan bahwasannya struktur-struktur pasar sangat penting kita ketahui guna terciptanya proses tukar menukar(transaksi) yang kondusif dan meminimalisir kerugian baik dari segi penjual maupun dari segi pembeli





Mochammad Nur Kholis  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
Fakultas Sains dan Teknologi  
Program Study Teknik Industri



## daftar pustaka

<http://repository.unpas.ac.id/31673/5/BAB%20II.pdf>

<https://salamadian.com/pengertian-pasar/>

<https://portal-ilmu.com/prinsip-mekanisme-pasar/>

<https://ekonomimanajemen.com/pengertian-penawaran-menurut-para-ahli/>

<https://media.neliti.com/media/publications/10534-ID-mekanisme-pasar-dalam-islam.pdf>

[https://scholar.google.com/citations?user=GttFzKYAAAAJ&hl=id&oi=ao#d=gs\\_md\\_cita-d&u=/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=GttFzKYAAAAJ&citation\\_for\\_view=GttFzKYAAAAJ:Y0pCki6q\\_DkC&tzom=-420](https://scholar.google.com/citations?user=GttFzKYAAAAJ&hl=id&oi=ao#d=gs_md_cita-d&u=/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=GttFzKYAAAAJ&citation_for_view=GttFzKYAAAAJ:Y0pCki6q_DkC&tzom=-420)

