Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p–ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398

Vol. 7, No. 12, Desember 2022

**ALASAN MASYARAKAT KOTA TIMIKA MEMILIH KARTU KREDIT BANK MANDIRI**

**Tharsisius Pabendon, Aryati Arfah, Baharuddin Semmaila, Baso Amang, Arifin**

Program Doktor Ilmu manajemen Universitas Muslim Indonesia Makasar,Indonesia

Email: Thpabendon@gmail.com, syahrirsultan409@gmail.com, baharuddin.semmaila@umi.ac.id,

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis alasan masyarakat Kota Timika menggunakan kartu kredit Bank Mandiri. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode asosiatif. Teknik pengumpulan data yang adalah teknik kuesioner. Data yang digunakan adalah data kuantitatif yang berasal dari sumber primer. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 60 responden. Data yang telah dikumpulkan di analisis mengunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengalaman terhadap keputusan menggunakan kartu kredit Bank Mandiri. Sedangkan variabel produk, promosi dan proses tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu kredit.

**Kata Kunci:** Alasan Masyarakat, Kartu Kredit, Bank Mandiri.

***Abstract***

*The purpose of this study is to analyze the reasons why the people of Timika City use Bank Mandiri credit cards. The research method used by the author is associative research methods. The data collection technique used to obtain data in this study was a questionnaire technique. The data used are quantitative data derived from primary sources. This study used a sample of 60 respondents. The data collected in the analysis uses multiple linear regression analysis. The results of the study showed that there was a significant influence between experience variables on the decision to use a Bank Mandiri credit card. Meanwhile, product, promotion and process variables do not have a significant effect on the decision to use a credit card.*

***Keyword:*** *Community Reasons, Credit Cards, Bank Mandiri.*

**Pendahuluan**

Bank dalam menjalankan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dalam berbagai bentuk pembiayaan (Marlina & Hartati, 2019). Sehubungan dengan fungsi menghimpunan dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat maka bank sering juga disebut sebagai lembaga *intermediary* (Simatupang, 2019). Sejalan dengan hal tersebut, maka bank merupakan suatu segmen usaha yang kegiatannya banyak diatur oleh pemerintah melalui undang-undang (Kuswanto, 2015). Menurut UU No. 7 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 1998 bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya, dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak (Sudarmawanti & Pramono, 2017).

Secara umum, ada beberapa jenis bank di Indonesia seperti bank sentral, bank pemerintahan, bank daerah, bank swasta, bank syariah dan bank asing. Dari beberapa jenis bank tersebut secara keseluruhan terdapat ratusan bank yang beroperasi di Indonesia (Faisal, 2015). Dari jumlah bank tersebut terdapat beberapa bank pemerintah cukup terkenal dimasyarakat seperti Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI) dan Bank Mandiri (Apsari et al., 2022).

Semua bank ini menyediakan berbagai jasa layanan dan produk-produk perbankan yang ditawarkan ke masyarakat (Apriyanti, 2018). Dalam melakukan kegiatan menghimpun dana bank menyediakan berbagai produk simpanan seperti giro, tabungan dan *deposito*. Sedangkan dalam menyalurkan dana bank menyediakan berbagai produk pinjaman seperti kredit kepemilikan rumah (KPR), kredit kendaraan bermotor (KKB), kredit modal kerja, kredit konsumtif, kartu kredit dan lain-lain. Dalam hal memberikan jasa layanan perbankan lainnya, terdapat berbagai jenis layanan ditawarkan kepada masyarakat seperti kiriman uang, *kliring*, *inkaso*, *safe deposit box, bank notes,* bank garansi, *bank draft, letter of credit,* pembayaran pajak, listrik, air, dan lain-lain (Simatupang, 2019).

Salah satu jasa atau produk pinjaman bank yang sering ditawarkan kepada masyarakat adalah pinjaman dalam bentuk kartu kredit (Novendra & Aulianisa, 2020). Kartu kredit merupakan sebuah alat pembayaran pengganti uang *cash* yang dipakai untuk melakukan transaksi berupa barang ataupun jasa yang bisa dicicil perbulan untuk melakukan pembayaran. Dengan kata lain kartu kredit merupakan fasilitas kredit yang diberikan oleh bank dalam bentuk kartu dengan sejumlah *limit* saldo tertentu yang dapat digunakan oleh nasabah untuk bertransaksi dimana pembayarannya dapat dilakukan dengan cara dicicil atau dibayar sepenuhnya (Irsyad, 2020).

Keberadaan kartu kredit dalam melakukan transaksi keuangan dinilai sangat praktis dan bermanfaat karena memberikan banyak kemudahan kepada masyarakat terutama nasabah bank (Santosa & Putri, 2017). Ada beberapa manfaat terkait peran penting bagi nasabah bank yang menggunakan kartu kredit yaitu bisa melakukan transaksi keuangan meskipun tidak mempunyai uang *cash*, penggunaannya mudah, pembayarannya bisa dicicil, adanya promo bagi pengguna kartu kredit dalam berbelanja, adanya *reward* yang diberikan, memberikan kemudahan dalam berbelanja secara *online* serta kemudahan bertransaksi yang bisa digunakan dimana saja. Semua kelebihan ini tidak terdapat dalam produk-produk pinjaman yang lain (Widiarty, 2016).

Ada berbagai jenis bank di Kabupaten Mimika, dimana sebagian besar bank menawarkan kartu kredit (Suryawan, 2017). Salah satu bank yang menawarkan kartu kredit yaitu Bank Mandiri melalui berbagai unit kerja yang tersebar dikota Timika yaitu Kantor Cabang Bank Mandiri Timika, Kantor Cabang Pembantu Bank Mandiri Timika-Hasanuddin, Kantor Cabang Pembantu Kuala kencana, Kantor Cabang Pembantu Bank Mandiri Tembagapura, Kantor Cabang Mikro SP 1, Kantor Cabang Mikro Ahmad Yani, Kantor Cabang Mikro Timika 1, Kantor Cabang Mikro Timika 2 serta Kantor Cabang Mikro SP 2 Cendrawasih.

Ada beberapa macam kartu kredit atau biasa disebut mandiri kartu kredit yang ditawarkan oleh Bank Mandiri salah satunya Bank Mandiri Timika-Hasanuddin seperti mandiri kartu kredit *signature*, mandiri kartu kredit *Japan Creidt Burea* (JCB) *precious*, mandiri kartu kredit *traveloka*, mandiri kartu kredit *skyz*, mandiri kartu kredit pertamina, mandiri *golf signature*, mandiri kartu kredit *golf platinum*, mandiri kartu kredit *shopee*, mandiri kartu kredit *world elit*, mandiri kartu kredit prioritas, dan mandiri kartu kredit *corporate*.

Dari beberapa macam kartu kredit tersebut, semua telah tersalurkan atau digunakan oleh nasabah Bank Mandiri Timika-Hasanuddin yang telah memenuhi syarat ataupun ketentuan untuk menggunakan mandiri kartu kredit. Berdasarkan data yang ada, diperoleh data jumlah pengguna mandiri kartu kredit yang telah disalurkan kepada nasabah Bank Mandiri Timika Hasanuddin disajikan pada tabel berikut 1.

**Tabel 1**

**Data Pengguna Mandiri Kartu Kredit pada Bank Mandiri**

**Timika-Hasanuddin Periode 2018-2021**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Tahun** | **Pengajuan** | **Disetujui** | **Dibatalkan** |
| 1. | 2018 | 30 | 13 | 17 |
| 2. | 2019 | 23 | 12 | 11 |
| 3. | 2020 | 13 | 6 | 7 |
| 4. | 2021 | 45 | 16 | 29 |
| **Jumlah** | **111** | **47** | **64** |

*Sumber: Data Diolah, 2022*

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 1, diketahui jumlah pengajuan pengguna mandiri kartu kredit periode 2018-2021 sebanyak 111 orang, dimana yang disetujui sebanyak 47 orang dan dibatalkan sebanyak 64 orang. Hal ini menunjukkan tingginya jumlah permintaan kartu kredit di bank mandiri ditengah persaingan yang ketat dengan perbankan yang lain (Wowiling et al., 2017).

Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Polisoa, dkk (2015) diketahui bahwa semakin tinggi pendapatan, maka kecenderungan masyarakat untuk menggunakan kartu kredit BCA akan semakin tinggi, dan semakin tinggi gaya hidup pada masyarakat, maka kecenderungan untuk menggunakan kartu kredit BCA akan semakin tinggi, serta semakin tinggi kebutuhan yang timbul, maka kecenderungan masyarakat untuk menggunakan kartu kredit BCA akan semakin tinggi. Penelitian lain yang dilakukan oleh Imtihan, dkk (2021) mengungkapakan bahwa periklanan, gaya hidup dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap minat menggunakan kartu kredit.

Berdasarkan uraian latar belakang dari hasil observasi dilapangan dan beberapa penelitian terdahulu, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai alasan mengapa masyarakat di kota Timika memilih menggunakan kartu kredit Bank Mandiri.

**Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif. Metode asosiatif merupakan metode penelelitian yang menguji hubungan atau pengaruh anatara satu variabel dengan variabel lain. Dalam penelitian ini metode asosiatif digunakan untuk menganalisis pengaruh produk, promosi, proses dan pengalaman terhadap keputusan nasbah menggunakan kartu kredit bank mandiri. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah keseluruhan nasabah kartu kredit Bank Mandiri di Kota Timika. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna kartu kredit bank mandiri sebanyak 60 nasabah. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

**Hasil dan Pembahaan**

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS. Data penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuisioner dengan skala ordinal sehingga tidak bisa langsung dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Data harus ditransformasi terlebih dahulu kedalan bentuk skala interval. Data yang sudah di transformasi harus dipastikan terdistribusi secara normal sebelum dianalisis. Hasil pengujian menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

**Analisis Koefisien Determinasi**

Pengujian koefisien determinasi mengukur seberapa besar kemampuan variabel *independen* (produk, promosi, proses dan pengalaman) menjelaskan variabel *dependen* (keputusan menggunakan kartu kredit). Tebel 2 menyajikan hasil analisis koefisisn determinasi dimana nilai *R Square* sebesar 0,40 artinya bahwa model penelitian ini mampu menjelaskan atau memprediksi keputusan masyarakat menggunakan kartu kredit sebesar 40%, sedangkan 60% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

**Tabel 2**

**Hasil Pengujian Koefisien Determinasi**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model** | **R** | **R Square** | **Adjusted R Square** | **Std. Error of the Estimate** |
| 1 | .635a | 0.403 | 0.359 | 0.70604 |
| a. Predictors: (Constant), Pengalaman, Promosi, Proses, Produk |
| b. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Kartu Kredit |

*Sumber: Data Diolah (SPSS 22), 2022*

**Pengujian Model Fit**

Uji ketepatan model tau model fit merupakan proses mengukur seberapa baik model yang dibangun mampu memprediksi data yang diuji dengan benar. Hasil pengujian yang disajikan pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 atau lebih kecil dari alfa 5% atau 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model penelitian dinyatakan fit sehingga layak untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

**Tabel 3**

**Hasil Pengujian Model Fit**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model** | **Sum of Squares** | **df** | **Mean Square** | **F** | **Sig.** |
| 1 | Regression | 18.488 | 4 | 4.622 | 9.272 | .000b |
| Residual | 27.417 | 55 | 0.498 |  |  |
| Total | 45.905 | 59 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Kartu Kredit |
| b. Predictors: (Constant), Pengalaman, Promosi, Proses, Produk |

*Sumber: Data Diolah (SPSS 22), 2022*

**Pengujian Pengaruh Masing-Masing Variabel**

Tebel 4 menyajikan hasil analisis pengaruh produk, promosi, proses serta pengalaman terhadap keputusan menggunakan kartu kredit bank mandiri. Hasil analisis menunjukkan bahwa produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan kartu kredit dengan nilai signifikansi pengaruh sebesar 0,093 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa produk tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan kartu kredit bank mandiri. Pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan kartu kredit menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,171 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan kartu kredit bank mandiri. Pengaruh proses terhadap keputusan menggunakan kartu kredit menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,544 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa proses tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan kartu kredit bank mandiri. Sedangkan pengaruh pengalaman terhadap keputusan menggunakan kartu kredit menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengalaman berpengaruh signifikan terhadap penggunaan kartu kredit bank mandiri.

**Tabel 4**

**Hasil Pengujian Pengaruh Masing-Masing Variabel**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model** | **Unstandardized Coefficients** | **Standardized Coefficients Beta** | **t** | **Sig.** |
| **B** | **Std. Error** |
| 1 | (Constant) | 1.230 | 0.458 |  | 2.687 | 0.010 |
| Produk | 0.219 | 0.128 | 0.216 | 1.711 | 0.093 |
| Promosi | 0.144 | 0.104 | 0.156 | 1.387 | 0.171 |
| Proses | -0.066 | 0.108 | -0.071 | -0.610 | 0.544 |
| Pengalaman | 0.440 | 0.123 | 0.448 | 3.568 | 0.001 |
| a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Kartu Kredit |

*Sumber: Data Diolah (SPSS 22), 2022*

**Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Menggunakan Kartu Kredit**

Keputusan untuk menggunakan kartu kredit dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk produk yang ditawarkan oleh bank. Fitur-fitur yang melekat pada produk tentunya akan memiliki daya tarik tersendiri bagi nasabah untuk mempertimbangkan menggunakan produk yang ditawarkan atau tidak. Ada beberapa aspek yang biasanya dipertimbangkan oleh nasabah dalam memilih kartu kredit diantaranya tingkat suku bunga, biaya administrasi tahunan, fasilitas tambahan seperti asuransi, promo yang diberikan pada setiap transaksi dan lain-lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara produk dan keputusan menggunakan kartu kredit bank mandiri. Hal ini disebabkan karena untuk produk kartu kredit yang ditawarkan oleh Bank Mandiri tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan produk yang ditawarkan oleh bank lain.

**Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Kartu Kredit**

Promosi dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan suatu produk atau layanan. Promosi merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* (kepedulian terhadap merek) dan menarik perhatian konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan menggunakan kartu kredit Bank Mandiri. Hal ini disebabkan karena sebagian besar nasabah pengguna kartu kredit Bank Mandiri adalah karyawan yang perusahaan atau instansinya bekerjasama dengan Bank Mandiri Timika dalam hal penggajian atau pengambilan kredil. Hal ini menyebabkan penawaran kartu kredit dapat dilakukan secara bersamaan dengan produk lain yang telah dikerjasamakan.

**Pengaruh Proses Terhadap Keputusan Menggunakan Kartu Kredit**

Proses yang mudah dan cepat dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam hal kartu kredit, proses pengajuan yang mudah, syarat administrasi yang mudah, proses persetujuan yang cepat tentunya akan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan kartu kredit.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara proses terhadap keputusan menggunakan kartu kredit Bank Mandiri. Hal ini disebabkan karena proses pengajuan kartu kredit hampir sama di setiap bank. Selain itu untuk persetujuan kartu kredit menjadi kewenangan kantor pusat sedangkan kantor cabang hanya membantu proses pengajuan dokumen saja sehingga disetujui atau tidak kartu kredit yang diajukah tergantung pertimbangan di kantor pusat.

**Pengaruh Pengalaman Terhadap Keputusan Menggunakan Kartu Kredit**

Pengalaman nasabah sebelumnya dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan kartu kredit Bank Mandiri. Jika seseorang telah memiliki pengalaman yang baik dengan produk dan layanan yang ditawakan sebelumnya maka ada kemungkinan yang lebih besar untuk menggunakan produk lain yang telah ditawarkan. Sebaliknya, jika seseorang memiliki pengalaman yang buruk dengan produk dan layanan sebelumnya maka ada kemungkinan untuk memilih produk dari bank lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara pengalaman terhadap keputusan menggunakan kartu kredit Bank Mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah memutuskan menggunakan kartu kredit Bank Mandiri karena merasa puas dengan layanan yang telah diberikan selama ini. Oleh karena itu Bank Mandiri hendaknya terus meningkatkan kuliatas pelayanannya sehingga tidak meninggalkan pengalaman buruk bagi nasabah sehingga ketika ditawarkan produk perbankan yang lain nasabah tetap loyal dengan produk dari Bank Mandiri.

**Kesimpulan**

Dari hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengalama terhadap keputusan menggunakan kartu kredit Bank Mandiri. Sedangkan variabel produk, promosi dan proses tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu kredit.

**BIBLIOGRAFI**

Apriyanti, H. W. (2018). Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, *9*(1), 83–104.

Apsari, P. I., Setiyowati, A., & Huda, F. (2022). Implementation Of Synergy Of Zis Fund Management In Sharia Banking And Zakat Management Organizations (Opz) For Strengthening The Zakat Ecosystem. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, *6*(1), 1–16.

Faisal, M. (2015). Metode Anuitas Dan Proporsional Murabahah Sebagai Bentuk Transparansi Dan Publikasi Laporan Bank. *Mimbar Hukum - Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada*, *26*(3), 382. https://doi.org/10.22146/jmh.16032

Imtihan, I., & Anisak, P. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Kartu Kredit. *Jurnal Ecogen*, *4*(2), 240–250.

Irsyad, M. (2020). Penerapan Model Almuqassah Sebagai Model Alternatif Kartu Kredit Syariah di Indonesia. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, *2*(3), 153–168.

Kuswanto, H. (2015). Pengaruh Dana Pihak Ketiga Terhadap Kredit Pada Bank Perkreditan Rakyat Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, *18*(31).

Marlina, A., & Hartati, Y. (2019). Prosedur Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri Kcp Sudirman Bogor. *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, *7*(1), 1–7.

Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020). Konsep dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan di Indonesia: Sebuah Keniscayaan di Era Digital dan Teknologi. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, *9*(2), 183.

Polisoa, M. U., Andayani, S., & Maduwinarti, A. (2015). Analisis Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Kebutuhan terhadap Keputusan Menggunakan Kartu Kredit Bca di Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, *1*(1).

Santosa, A., & Putri, R. E. (2017). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Tingkat Komplain Pengguna Kartu Kredit di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, *5*(2), 191–200.

Simatupang, H. B. (2019). Peranan perbankan dalam meningkatkan perekonomian indonesia. *JRAM (Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma)*, *6*(2), 136–146.

Sudarmawanti, E., & Pramono, J. (2017). Pengaruh CAR, NPL, BOPO, NIM dan LDR Terhadap ROA (Studi kasus pada Bank Perkreditan Rakyat di Salatiga yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2011-2015). *Among Makarti*, *10*(1).

Suryawan, I. N. (2017). “Tak Cukup Bagi Kami untuk Meratap, Kami harus Berjuang”: Kemandirian Mama-Mama dalam Dinamika Pemekaran Daerah di Tanah Papua. *Umbara*, *1*(2).

Widiarty, W. S. (2016). Pembaharuan Hukum Pidana terhadap Penyalahgunaan Kartu Kredit di Indonesia. *To-Ra*, *2*(2), 315–324.

Wowiling, Y. G. G., Tumbuan, A. L., & Wenas, R. S. (2017). Analisis Segmentation, Targeting dan Positioning Kartu Kredit (Studi Pada Pengguna Kartu Kredit Bri-Touch PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk (Persero) Kantor Wilayah Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *5*(3).

|  |
| --- |
| **Copyright holder:**Tharsisius Pabendon, Aryati Arfah, Baharuddin Semmaila, Baso Amang, Arifina (2022) |
| **First publication right:**[Syntax Literate](http://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/2701): Jurnal Ilmiah Indonesia |
| **This article is licensed under:** |