

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di Indonesia usaha perseorangan berkembang bagaikan jamur di musim hujan. Usaha perseorangan di Indonesia berbentuk Usaha Mikro dan Kecil (UMK). Kegiatannya sangat luas dan mempengaruhi hampir seluruh kehidupan masyarakat dan negara. Fenomena tersebut bisa terlihat dari kondisi pasar dan meningkatnya volume perdagangan atau industri nasional, meningkatnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang mengacu ke arah modernisasi, dan pemungutan pajak terbesar negara yaitu dari kegiatan usaha. Selain itu, kegiatannya menjadi tumpuan bagi masyarakat, khususnya pengusaha dan pekerja untuk memperoleh rezeki berbentuk keuntungan yang dihasilkan perusahaan.¹

Usaha Mikro dan Kecil (UMK) mempunyai peran penting dalam perekonomian di Indonesia. UMK mempunyai potensi sebesar 99,99% dari total jumlah pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit.² Ada tiga alasan mengapa negara berkembang menganggap penting keberadaan UMK, yaitu hasil kerja UMK yang lebih positif dalam hal menghasilkan kinerja, dengan investasi UMK sering meraih peningkatan produktivitas

¹ Nasrullah dan Syahrullah, "Eksistensi Usaha Perseorangan Pasca Lahirnya UU Cipta Kerja, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, Vol. 6 No. 2, (Maret, 2022), 2486. Di akses melalui <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/view/3153/2452> pada hari Jumat, tanggal 31 Maret 2023, pukul 09.12 WIB.

² Muhamad Alvi Saputra, "Eksistensi UMKM Pada Era Market Place" (Skripsi S1, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019), 13.

dengan perkembangan teknologi, dan diyakini memiliki kelebihan dalam keluwesan atau kelembutan pada usaha besar. Perkembangan zaman menunjukkan gaya positif terkait jumlah UMK, maka dalam meningkatkan eksistensinya dibutuhkan semangat dan kerja keras. UMK mempunyai hambatan yang masih berkisar pada aspek permodalan, aspek teknis produksi, dan aspek penjualan atau mencari konsumen.³

Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang banyak dijalani oleh masyarakat adalah bisnis retail. Bisnis retail adalah salah satu aktivitas jual beli barang maupun jasa dengan sistem eceran yang pesat perkembangannya. Salah satu contoh usaha retail yaitu toko tradisional atau biasa disebut toko rumah tangga atau toko kelontong. Toko kelontong atau lumrah disebut dengan warung penyedia barang kebutuhan sehari-hari adalah usaha mikro yang bersifat lokal dimana kepemilikannya dipegang oleh pribadi dan menjalankan penjualan barang dengan melayani konsumen secara langsung serta sebagai kasir. Toko kelontong banyak dijumpai di lokasi pemukiman padat penduduk, seperti di lokasi yang strategis, gang-gang sempit dengan memanfaatkan ruangan rumah yang tidak digunakan sehingga langganan toko kelontong datang dari orang-orang (konsumen) yang ada di sekitar toko kelontong tersebut. Modal usaha yang dipakai relatif kecil sehingga siapapun bisa memulai usaha ini.⁴ Selain mudah untuk mendirikan sebuah toko kelontong

³ Resky Winalda, "Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung Pada Masa Pandemi di Kecamatan Suli Kabupaten Lawu" (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2022) 3-4.

⁴ Helvana Yolanda Putri, "Eksistensi Pedagang Kelontong di Jalan Cipta Karya Kelurahan Silang Mungu Kecamatan Tampan", *JOM FISIP*, Vol. 6: Edisi II, (Juli-Desember, 2019) 3. Di akses

dengan modal yang tidak besar, juga menjadi salah satu bidang usaha yang menghasilkan keuntungan secara langsung. Usaha tradisional pada umumnya merupakan bisnis keluarga yang tidak menutup peluang bisa menyerap tenaga kerja.⁵

Persaingan bidang usaha yang terjadi di era sekarang menjadi salah satu alasan utama dari terwujudnya berbagai macam produk, fasilitas, serta pelayanan yang ditawarkan para pengusaha kepada pelanggannya. Persaingan yang dilakukan pelaku usaha harus mempunyai kelebihan bersaing supaya bisa terus bertahan terhadap apa yang ditawarkan kepada pelanggan. Persaingan yang semakin ketat mendorong perusahaan menawarkan produk dengan kualitas yang baik dan memiliki nilai lebih sehingga berbeda dari produk pesaing, perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berubah-ubah. Menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, maka diperlukan strategi pemasaran yang efektif supaya bisnis tetap mampu bersaing dan bertahan.⁶

Salah satu wilayah yang memiliki usaha retail toko kelontong adalah wilayah Mojokerto dengan luas 969.360 Km² yang seluruhnya berupa daratan. Secara administratif wilayah Mojokerto terdiri dari kabupaten dan kota. Kabupaten Mojokerto memiliki jumlah kecamatan terbanyak di Mojokerto sebanyak 18 kecamatan sedangkan Kota hanya 3 kecamatan.

melalui <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/25214> pada hari Jumat, tanggal 31 Maret 2023, pukul 08.18 WIB.

⁵Pardiana Wijayanti, "Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Warung Tradisional dengan Munculnya Minimarket (Studi Kasus di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang)" (Skripsi S1, Universitas Diponegoro Semarang, 2011) 2.

⁶ Insan Rahmanita Sobirin, "Strategi Mempertahankan Eksistensi Rumah Makan Sederhana Bu Tanto di Kota Semarang" (Skripsi S1, Universitas Semarang, 2022) 1-2.

Menurut BPS Kabupaten Mojokerto, di tahun 2018 Kabupaten Mojokerto mengalami pertumbuhan sebanyak 5,85%. Pertumbuhan ekonomi terbesar yakni sektor ekspor dan impor sebesar 9,76% dan 9,53%. Pendapatan pertumbuhan ekonomi dilakukan untuk melihat suatu daerah meningkat atau menurun pada kegiatan pertumbuhan ekonomi.⁷

Tabel 1.1 Persebaran Jumlah Toko Kelontong di Kabupaten Mojokerto

No	Kecamatan	Luas (km ²)	Jumlah	Persentase
1	Gedeg	22,98	324	7,1%
2	Kemlagi	50,05	804	6,2%
3	Jetis	57,17	1544	3,7%

Sumber: Kecamatan Gedeg Dalam Angka 2022, Kecamatan Kemlagi Dalam Angka 2022, dan Kecamatan Jetis Dalam Angka 2022 Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Mojokerto

Berdasarkan data tersebut, kecamatan dengan wilayah terkecil yakni Kecamatan Gedeg seluas 22,98 Km². Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Kemlagi dan Kecamatan Jetis, sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Kemlagi, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Jombang, Kecamatan Sooko dan Kota Mojokerto, serta sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Jetis. Wilayah Kecamatan Gedeg mempunyai jumlah toko kelontong yang sedikit jika dibandingkan dengan wilayah lain disekitarnya seperti Kecamatan Kemlagi dan Kecamatan Jetis. Namun, jika dibandingkan antara luas wilayah dengan jumlah toko kelontong setiap wilayah, Kecamatan Gedeg memiliki persentase yang lebih tinggi yaitu sebesar 7,1%. Wilayah Kecamatan Gedeg terdiri dari 14 desa/kelurahan yaitu wilayah yang

⁷ Erinda Eka Agustina, "Dampak Minimarket Terhadap Usaha Toko Kelontong di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto" (Skripsi S1, Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), 1.

berbatasan langsung dengan wilayah Kota Mojokerto. Hal ini menjadi peluang untuk bisa menggerakkan roda perekonomian masyarakat Kecamatan Gedeg.

Tabel 1.2 Persebaran Jumlah Toko Kelontong di Kecamatan Gedeg

No	Desa/Kelurahan	Toko Kelontong		
		2020	2021	2022
1	Ngareskidul	15	15	20
2	Gembongan	26	26	30
3	Gempolkerep	6	14	15
4	Bandung	0	7	7
5	Gedeg	5	15	17
6	Pagerluyung	8	10	15
7	Kemantren	1	5	8
8	Terusan	30	30	45
9	Sidoharjo	32	72	75
10	Balongsari	2	6	8
11	Batankrajan	19	26	30
12	Pagerjo	21	21	25
13	Jerukseger	11	15	17
14	Beratwetan	0	9	12
Jumlah		176	271	324

Sumber: Kecamatan Gedeg Dalam Angka 2020, Kecamatan Gedeg Dalam Angka 2021, Kecamatan Gedeg Dalam Angka 2022 Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Mojokerto

Berdasarkan data tersebut, jumlah toko kelontong di wilayah Kecamatan Gedeg terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan paling besar dan jumlah paling banyak yaitu di wilayah Desa Sidoharjo. Selama 3 tahun terakhir di Desa Sidoharjo bertambah sebanyak 43 toko kelontong dan kini terdapat sebanyak 75 toko kelontong. Hal ini membuat Desa sidoharjo menjadi wilayah yang terdapat paling banyak toko kelontong dibandingkan desa/kelurahan lain diwilayah Kecamatan Gedeg.

Sidoharjo merupakan sebuah desa/kelurahan di Kecamatan Gedeg, Kabupaten Mojokerto yang terletak di ujung timur Kecamatan Gedeg dengan luas daerah terbesar yaitu 2,59 km² dan jumlah penduduk terbanyak yaitu 6.980 jiwa. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Balongsari dan Desa Ngabar, sebelah barat berbatasan dengan Desa Batan Krajan, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Terusan, dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Penompo dan Desa Mlirip. Sebagian besar masyarakat Desa Sidoharjo bermata pencaharian sebagai petani. Dilihat dari segi perekonomian masyarakat Desa Sidoharjo masuk dalam kategori perekonomian menengah-kebawah. Terdapat sebagian masyarakat Desa Sidoharjo yang berprofesi sebagai wiraswasta dan bercocok tanam.

Tabel 1.3 Perbandingan Jumlah Toko Kelontong dan Penduduk di Desa Sidoharjo

Keterangan	Tahun		
	2020	2021	2022
Toko kelontong (S)	32	72	75
Penduduk (A)	6980	6980	6980
Peluang Masyarakat Berbelanja di Toko Kelontong	0,46%	1,03%	1,07%

Sumber: Kecamatan Gedeg Dalam Angka 2020, Kecamatan Gedeg Dalam Angka 2021, Kecamatan Gedeg Dalam Angka 2022 Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Mojokerto

Berdasarkan data tersebut, jumlah penduduk diasumsikan sama karena sensus penduduk oleh BPS dilaksanakan setiap tahun yang berakhiran angka 0. Kemudian dihitung peluangnya menggunakan rumus peluang dalam bentuk persen yakni $P(A) = \frac{n(A)}{n(S)} \times 100\%$, dimana p(A): peluang A, n(A): frekuensi

kejadian yang diharapkan (jumlah toko kelontong), $n(S)$: frekuensi seluruh percobaan (jumlah penduduk). Lalu diperoleh tabel diatas menunjukkan bahwa asumsi peluang masyarakat berbelanja di toko kelontong terus meningkat sejalan dengan bertambahnya jumlah toko kelontong, sehingga memunculkan persaingan antar toko kelontong yang ada. Maka sebagai pemilik toko kelontong harus mempunyai strategi yang mampu mempertahankan eksistensi usahanya. Persaingan dalam usaha retail toko kelontong bukan hal yang baru lagi, namun harus bisa membuat ide yang kreatif untuk tetap bertahan dalam persaingan tersebut. Menjaga keberlangsungan hidup toko kelontong perlu diperhatikan oleh pemilik. Setidaknya mereka bisa membuat suatu strategi dan manajemen untuk berlanjutnya bisnis yang dijalankan supaya tetap eksis, memberikan keuntungan dan tidak kalah saing dengan toko-toko modern yang ada. Karena membangun bisnis yang berkesinambungan dan terus bertahan hidup walaupun menghadapi berbagai kendala adalah tujuan utama bisnis itu sendiri. Banyak yang mengatakan bahwa memulai usaha lebih mudah dibandingkan mempertahankan usaha yang sudah berjalan. Oleh karena itu, pemilik usaha harus mempunyai komitmen dan semangat yang kuat, supaya upaya bisnis retail toko kelontong yang sudah berjalan bisa mempertahankan eksistensinya.⁸

⁸ Marjam Desma Rahadhini dan Lamidi, "Strategi Mempertahankan Bisnis Ritel Dalam Mempertahankan Persaingan yang Kompetitif Kepada Para Pemilik Toko Ritel di Wilayah Cangkakan Nusukan Banjarsari Surakart", *Jurnal ADIWIDYA*, Vol. 1 No. 1, (November, 2017), 3. Di akses melalui <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/adiwidya/article/view/1918/1707> pada hari Sabtu, tanggal 2 Juli 2023, pukul 17.15 WIB.

Faktanya banyak orang yang merintis membuka toko tetapi kemudian mundur secara teratur karena mengalami kegagalan, sepi, dan nyaris tidak ada penjualan. Berikut merupakan lima toko kelontong yang sudah lama berdiri dan masih bertahan hingga saat ini, yaitu Toko Yuk Satin, Toko Mbak Ira, Toko Ibu Yati, Toko Ibu Hibah, dan Toko Bapak Jupri. Berdasarkan survei wawancara yang dilakukan pada pemilik toko kelontong belum menerapkan strategi bisnis yang jelas dan hanya bersifat naluri atau turun menurun. Menimbang permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji eksistensi toko kelontong di Desa Sidoharjo dan strategi mempertahankan eksistensinya. Maka penelitian ini dilakukan untuk meneliti “Strategi Mempertahankan Eksistensi Toko Kelontong di Desa Sidoharjo Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka fokus penelitian yang diangkat, yaitu:

1. Bagaimana eksistensi toko kelontong di Desa Sidoharjo Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam mempertahankan eksistensi toko kelontong di Desa Sidoharjo Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana eksistensi toko kelontong di Desa Sidoharjo Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto.
2. Untuk mengetahui strategi mempertahankan eksistensi toko kelontong di Desa Sidoharjo Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan bagi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai eksistensi toko kelontong dan strategi mempertahankan eksistensi toko kelontong. Selain itu, juga mampu menjadi referensi bagi peneliti lain yang sejenis di masa depan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini bisa memberikan informasi dan wawasan mengenai eksistensi toko kelontong dan strategi mempertahankan eksistensi toko kelontong.

- b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bisa memperkaya dan memberikan pengetahuan pengembangan kajian teori dan ekonomi.

E. Telaah Pustaka

Setelah meninjau beberapa penelitian sebelumnya, beberapa sumber terkait dengan penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Skripsi Insan Rahmita Sobirin berjudul “Strategi Mempertahankan Eksistensi Rumah Makan Sederhana Bu Tanto di Kota Semarang” tahun 2022. Jenis penelitian ini yakni metode pendekatan kualitatif deskriptif. Persamaan penelitian ini yaitu mengenai strategi mempertahankan eksistensi suatu usaha. Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada usaha rumah makan sederhana, sedangkan yang akan penulis teliti mengenai usaha toko kelontong. Selain itu, perbedaan lainnya yaitu lokasi dan waktu penelitian. Hasil penelitian ini adalah rumah makan sederhana Bu Tanto perlu melakukan strategi guna mempertahankan eksistensinya. Strategi yang tepat bagi rumah makan sederhana Bu Tanto yaitu strategi 7P antara lain: strategi *product* (produk), strategi *price* (harga), strategi *place* (tempat atau saluran distribusi), strategi *promotion* (promosi), *physical evidence* (bukti fisik), strategi *people* (orang), dan strategi *process* (proses).⁹
2. Skripsi Silvia Ayu Aprilia berjudul “Keberlangsungan Usaha Mikro Bidang Kuliner di Alun-Alun Lama Unggaran” tahun 2016. Jenis penelitian ini yakni penelitian kualitatif. Persamaan penelitian ini yakni mengenai strategi mempertahankan eksistensi usaha. Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada pengusaha mikro bidang kuliner, sedangkan yang akan penulis teliti mengenai usaha toko kelontong. Selain itu, perbedaan lainnya yaitu lokasi dan waktu penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah bertahannya usaha kuliner di Alun-Alun

⁹ Insan Rahmanita Sobirin, “Strategi Mempertahankan Eksistensi Rumah Makan Sederhana Bu Tanto di Kota Semarang” (Skripsi S1, Universitas Semarang, 2022) 91.

Lama Unggaran dilatarbelakangi oleh faktor bakat dan minat memasak serta pendidikan yang rendah, cita-cita dan menghasilkan pendapatan, serta nilai-nilai sosial keagamaan. Budaya kerja pengusaha mikro bidang kuliner di Alun-Alun Lama Unggaran, yaitu konsistensi cita rasa dan harga, gaya hidup sederhana, kreatif dan kerja keras, disiplin, dan *profit oriented*. Peran budaya kerja bisa terlihat dalam dua hal yaitu peningkatan pendapatan dan perluasan jaringan sosial. Sementara itu, ada sisi lain dalam budaya kerja tersebut, yaitu perilaku menggunakan penglaris dalam berdagang.¹⁰

3. Skripsi Resky Winalda berjudul “Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gembung Pada Masa Pandemi di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu” tahun 2022. Persamaan penelitian ini yakni mengenai strategi mempertahankan eksistensi usaha. Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada UMKM Dapur Kue Gembung di masa pandemi Covid-19. Selain itu, perbedaan lainnya yaitu lokasi dan waktu penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah menganalisis menggunakan metode analisis SWOT yang terdapat pada toko Dapur Kue Gembung penerapan strategi pada perusahaan tersebut menggunakan *Growth Oriented Strategy*. Hal tersebut karena pada diagram cartesius analisis SWOT menunjukkan bahwa nilai total skor tertinggi berada pada kuadran pertama yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Dapur Kue Gembung mempunyai banyak

¹⁰ Silvia Ayu Aprilia, “Keberlangsungan Usaha Mikro Bidang Kuliner di Alun-Alun Lama Unggaran” (Skripsi S1, Universitas Negeri Semarang, 2016) 117-119.

peluang dan kekuatan sehingga bisa merebut dan memanfaatkan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan dan mengatasi beragam ancaman supaya bisa mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi. Strategi yang digunakan, yaitu strategi SO (*Strength-Opportunity*), strategi ST (*Strength-Threat*), strategi WO (*Weakness-Opportunity*), strategi WT (*Weakness-Threat*).¹¹

4. Skripsi Azizatul Khusnaini berjudul “Peran Voucher Belanja Dalam Mempertahankan Eksistensi Bisnis Studi Kasus Business Center Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Kediri tahun 2019. Jenis penelitian ini yakni penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Persamaan penelitian ini yaitu mengenai strategi mempertahankan eksistensi bisnis. Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada peran voucher belanja di business center SMK Negeri 2 Kediri. Selain itu, perbedaan lainnya yaitu lokasi dan waktu penelitian. Hasil dari penelitian ini yaitu voucher belanja sebagai alternatif strategi, mengingat perolehan pendapatan tahun sebelumnya belum mampu menjaga stabilitas keuangan BC. *Voucher* diperuntukkan kepada guru PNS SMK Negeri 2 Kediri, dana yang didapat dari pemotongan honorarium dan bisa ditukarkan per tanggal 20 sampai 10 bulan selanjutnya. Hal tersebut memberikan manfaat untuk pengguna maupun *Business Center*. Mempertahankan eksistensi bisa dilihat dari indikator berikut: jumlah pembeli setidaknya bertambah sebesar 91

¹¹ Resky Winalda, “Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah Dapur Kue Gambung pada Masa Pandemi di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu” (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2022) 65-68.

orang guru PNS, ragam barang seperti kosmetik dan jumlah jenis barang setiap tahunnya bertambah, jumlah pendapatan mengalami peningkatan dan dibarengi profitabilitas yang terus bertambah, harga barang dapat dikontrol agar siswa praktik ekstern bisa menjual dengan harga pasar. Hal tersebut menunjukkan bahwa *voucher* belanja berperan dalam mempertahankan bisnisnya.¹²

5. Skripsi Lailatul Fitriya berjudul “Peran Strategi Promosi Dalam Mempertahankan Eksistensi Pengrajin Gerabah Muslim Kec Malo Bojonegoro” tahun 2018. Persamaan penelitian ini yakni mengenai strategi mempertahankan eksistensi usaha. Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada strategi promosi pengrajin gerabah muslim. Selain itu, perbedaan lainnya yaitu lokasi dan waktu penelitian. Hasil penelitian ini adalah dalam mempertahankan eksistensi pengrajin gerabah memakai strategi promosi yang berkembang dan bervariasi. Pengrajin memakai strategi promosi dengan memanfaatkan media publisitas seperti media cetak dan media elektronik, bekerjasama dengan dinas pariwisata Bojonegoro, dan wisata edukasi sebagai upaya mempertahankan eksistensi kerajinan gerabah. Kegiatan promosi yang dijalankan bertujuan supaya kerajinan Rendeng bisa dikenal khalayak dan mampu memberikan beragam informasi melalui aktivitas promosi tersebut. Melalui cara tersebut

¹² Azizatul Khusnaini, “Peran Voucher Belanja Dalam Mempertahankan Eksistensi Bisnis (Studi Kasus Business Center Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Kediri)” (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, 2019) 67.

ternyata bisa mempertahankan keberadaan dari kerajinan gerabah hingga sekarang.¹³

¹³ Lilatul Fitriya, “Peran Strategi Promosi Dalam Mempertahankan Eksistensi Pengrajin Gerabah Muslim Kec Malo Bojonegoro” (Skripsi S1, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Kediri, 2018) 72.