

PENGEMBANGAN WIRAUSAHA INDUSTRI KREATIF MELALUI INOVASI PRODUK BERBASIS SYARIAH

by Zuliyati, Nanik Ermawati, Dan Hutomo Rusdianto

Submission date: 26-Oct-2017 10:29AM (UTC+0700)

Submission ID: 869105395

File name: 8_SEMNAS-UII-ZULIYATI-KODE_REGISTRASI.doc (555K)

Word count: 2707

Character count: 18717

PENGEMBANGAN WIRUSAHA INDUSTRI KREATIF MELALUI INOVASI PRODUK BERBASIS SYARIAH

Zuliyati¹*, Nanik Ermawati², Hutomo Rusdianto³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

*zuliyatiyati@yahoo.co.id

ABSTRAK

²Ekonomi kreatif adalah ekonomi yang didukung oleh industri kreatif, yaitu industri yang digerakkan oleh para kreator dan inovator. Berkembangnya industri kreatif di Indonesia, diharapkan² dapat memotivasi warga Indonesia untuk berkembang dan bergelut dalam industri kreatif. Terdapat sejumlah jenis industri kreatif yang dinilai dapat dikembangkan di Indonesia, termasuk didalamnya adalah kerajinan pigura kaligrafi. Penelitian ini bertujuan memberikan optimisme perkembangan ekonomi dan memberikan harapan bagi pelaku dunia usaha khususnya para wirausaha pengrajin " pigura kaligrafi " untuk terus berkreasi dan berusaha menciptakan produk syariah inovatif yaitu produk "pigura kaligrafi" yang mampu bersaing di tingkat nasional maupun Internasional yang pada akhirnya menciptakan lapangan kerja lebih besar. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik observasi, wawancara dan analisis. Hasil dari penelitian adalah berkembangnya industri kreatif kerajinan pigura melalui inovasi produk berbasis syariah yaitu kerajinan yang tidak hanya mempunyai nilai seni untuk dinikmati juga terkandung makna mensyiarkan ajaran agama islam.

Kata kunci : industri kreatif, pengrajin " pigura kaligrafi", produk syariah, inovasi

ABSTRACT

Creative economy is an economy that is supported by the creative industries, an industry that is powered by the creators and innovators. Progress the creative industry in indonesia was expected to motivate people to thrive and deals in creative industry sector. There are a number of creative industries which can be assessed in indonesia including it is craftsman of " pigura kaligrafi ". The study is to provide optimism economic development and provide hope for the business world notably the entrepreneurial craftsman "Pigura Kaligrafi" to be creative and innovative products to creating a syariah is product "pigura kaligrafi" capable of competing at the national level and international community to finally create jobs larger. The method of research is qualitative approach with an observation, interviews and analysis. The results of the research is progress the creative industry products pigura via product innovations based on syariah products which are not only have an art to benefit also contained a widespread islamic teachings.

The keywords: the creative industries, craftsman of "Pigura Kaligrafi", syariah products, innovation

PENDAHULUAN

Kehidupan semakin berkembang seiring pola-pola kehidupan manusia yang juga berubah. Pertumbuhan ekonomi diikuti pertumbuhan kelompok pekerja dan kelompok jabatan. Lajunya pertumbuhan penduduk juga membentuk pola-pola kehidupan masyarakat baru. Pada hakikatnya masyarakat merupakan individu-individu yang ingin berkembang dan mempunyai cita-cita ingin dapat hidup bahagia serta berkecukupan. Adapun cara individu-individu tersebut untuk mengembangkan cita-citanya adalah dengan mengembangkan potensi diri yang dimiliki dengan berwirausaha, karena pada umumnya manusia wirausaha adalah orang yang memiliki potensi untuk berprestasi. Manusia wirausaha akan mampu menolong dirinya sendiri dalam mengatasi permasalahan hidup. Dengan kekuatan yang ada pada dirinya, manusia wirausaha mampu berusaha untuk memenuhi setiap kebutuhan hidupnya. Dari sinilah dimulai cara pola pikir kita diuji bagaimana memotivasi diri kita untuk bisa berwirausaha. Sebagai manusia *interpreneur* untuk menciptakan mental berwirausaha harus ada keinginan dan kemauan yang kuat dan harus berpikir ke depan dalam kemajuan usaha kita nanti yaitu kita memiliki ide dan peluang bagaimana proses pembentukan usaha saat berjalan, apakah berkompeten atau tidak.

Manusia wirausaha adalah manusia berkepribadian kuat dan memiliki beberapa kriteria, diantaranya memiliki moral tinggi, memiliki sikap mental wirausaha, memiliki kepekaan terhadap lingkungan dan memiliki ketrampilan berwirausaha (Abdul, 2011). Pertama, memiliki moral tinggi mempunyai arti bahwa wirausahawan harus bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan memiliki kemerdekaan batin sehingga tidak mengalami banyak gangguan, kekhawatiran serta tekanan-tekanan di dalam jiwanya. Kemerdekaan batin ditandai oleh adanya keselarasan antara keinginan-keinginan dengan pandangan dalam diri seseorang atau adanya keselarasan antara kemauan dengan pengenalan diri. Tingkah laku seseorang yang merasakan kemerdekaan batin akan selaras dengan kemauan serta pengenalan diri sehingga akan tumbuh keberanian dan kemauan yang keras dalam dirinya untuk berbuat dan berusahayang maju. Kedua, memiliki sikap mental wirausaha berarti bahwa seseorang yang memiliki sikap mental wirausaha yang tinggi mempunyai kemampuan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidupnya. Untuk itu seorang wirausaha harus memiliki tujuan, visi dan misi yang jelas dalam operasional sehingga jalan yang ditempuhnya tercapai secara jelas. Kemampuan yang keras merupakan kunci dari keberhasilan seseorang untuk mencapai tujuan dalam berwirausaha. Hanya orang yang berkemauan keras bisa mencapai kesuksesan dalam hidup, sebaliknya orang yang kurang memiliki kemauan keras akan mudah menyerah kepada keadaan yang menimpanya. Ketiga, seorang wirausaha memiliki kepekaan terhadap

lingkungan. Kemampuan pengenalan terhadap lingkungan memungkinkan manusia dapat mendayagunakan sumberdaya alam secara efisien untuk kepentingan hidup. Lingkungan sebenarnya ikut mendukung usaha asalkan manusia mengenal dan mendayagunakan dengan tepat. Untuk mewujudkan manusia yang memiliki kepekaan lingkungan, maka ia harus belajar untuk senantiasa mensyukuri segala hal yang diperoleh dan dimiliki. Keempat, memiliki ketrampilan wirausaha. Seorang wirausahawan harus memiliki jiwa *interpreneurship* yang didukung oleh cara berpikir yang kreatif. Selain itu, wirausahaan dituntut untuk pandai dan cepat mengambil keputusan. Dalam kehidupan sehari-hari, wirausahawan harus pandai bergaul sehingga dapat mengenal pribadi orang lain. Ketrampilan manajerial juga merupakan faktor dari keberhasilan berwirausaha karena wirausahawan tidak selamanya bekerja sendiri, ia sering berhadapan dengan orang lain dan material-material usaha. Ketrampilan manajerial mencakup terampil dalam perencanaan, mampu mendirikan dorongan dan melihat kerja kepada mitranya.

² Persaingan dagang dan pembangunan ekonomi yang semakin mendunia (globalisasi), menyebabkan seluruh bangsa berusaha mengejar ketertinggalan. Bangsa-bangsa dengan berbagai kelebihan dan kekurangan telah berusaha membangun dengan menyesuaikan kemampuan dan aset yang dimilikinya. Sumber daya manusia sangat memegang peran dalam pembangunan suatu bangsa. Bukan saja tingkat pendidikan tetapi faktor kedisiplinan, kerja keras, kreatifitas, dll menjadi penentu daya tahan (*survival*) dan keberhasilan suatu bangsa dalam membangun. Kini ketika kreatifitas ikut menentukan daya saing suatu bangsa, pengembangan ekonomi dan industri juga membutuhkan kreatifitas agar dapat menghasilkan produk-produk dan pada akhirnya perkembangan ekonomi yang mampu membawa masyarakat yang madani dan lestari, sehingga akan menjadikan bangsa tersebut berdiri di depan (*leading*) bangsa-bangsa lain.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi telah mengubah pola kehidupan ekonomi masyarakat secara global dalam berbagai bidang. Perubahan pola tersebut terangsang oleh terciptanya produk-produk baru. Disamping pola ekonomi yang terus berubah, inovasi teknologi dan kreativitas ilmu pengetahuan juga telah menggeser orientasi ekonomi menjadi ekonomi kreatif (*creative economy*). Menurut Howkins (2001), pada awal abad ke-21 telah memasuki era baru, yaitu era ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Industri kreatif itu sendiri digerakkan oleh *entrepreneur* (wirausaha), yaitu orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif. Oleh sebab itu untuk meraih keunggulan di pasar, diperlukan wirausaha yang kreatif dan inovatif mengembangkan

karakter produknya termasuk didalamnya adalah pengembangan industri kreatif kerajinan.

Objek dalam penelitian ini adalah wirausaha industri kreatif kerajinan pigura kaligrafi. Adapun tujuan penelitian ini adalah pengembangan produk pigura kaligrafi melalui karakter produk yaitu inovasi produk pigura berbasis syariah. Produk kerajinan pigura kaligrafi selain menonjolkan pada seni kaligrafi juga mengandung makna dakwah syiar ajaran agama islam. Inovasi produk pigura kaligrafi terus menerus dilakukan dari waktu ke waktu, dan pada umumnya mengubah karakter produk, seperti perubahan desain, spesifikasi standar, konstruksi dan keistimewaan (*feature*).

METODE PENELITIAN

Dalam upaya mengembangkan wirausaha industri kreatif yaitu industri kerajinan pigura kaligrafi melalui inovasi pengembangan produk pigura berbasis syariah, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena peneliti berusaha mengungkap gejala tersebut secara menyeluruh dengan holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci. Metode yang digunakan adalah wawancara, observasi, studi dokumentasi serta analisis data. Penelitian ini dilakukan dengan rancangan multi kasus pada dua kelompok pengrajin pigura yang ada di Kabupaten Demak dan Kabupaten Kudus.

Kehadiran peneliti di lokasi penelitian dilakukan bertahap, mulai dari wawancara serta menyampaikan tujuan serta untuk memperoleh data tentang cara pengelolaan usaha, jenis produk dan konsumennya. Peneliti juga berperan sebagai instrumen pengumpul data dalam *Focus Group Discussion (FGD)* pengembangan inovasi produk; dan *review* sejawat terhadap hasil penelitian (Denzin & Lincoln, 1994). Sumber data terdiri dari: pemilik usaha kerajinan pigura, pemilik usaha kerajinan kaligrafi serta pekerja. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran fisik dan aktivitas lokasi penelitian yaitu tempat usaha kerajinan pigura kaligrafi (Bell, 1992). Data dari observasi dianalisis deskriptif sebagai pelengkap deskripsi usaha kerajinan pigura kaligrafi. Data dari *fokus group diskusi* dirangkum dan dipetakan sesuai dengan permasalahan. Hasil wawancara informal dianalisis secara *deskriptif-komparatif*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri kreatif kerajinan pigura kaligrafi pada Kelompok Pengrajin Pigura Tembiring di Kabupaten Demak serta Kelompok Pengrajin Pigura Johar di Kabupaten Kudus merupakan objek penelitian. Dasar pertimbangan mengapa memilih pengrajin pigura karena

pigura merupakan salah satu bagian dari wirausaha industri kreatif yang perlu dikembangkan, dikarenakan industri kerajinan jenis ini belum tersentuh keberadaannya oleh pihak yang terkait yaitu Dinas Perindustrian, UMKM dan perkoperasian terbukti dengan belum adanya pendataan jumlah pengrajin yang menggeluti di bidang pigura kaligrafi. Pengrajin Pigura kaligrafi, merupakan bagian industri kreatif kerajinan pigura yang menghasilkan produksi berupa berbagai macam pigura untuk berbagai macam jenis kaligrafi, pigura Mekkah Madinah, lukisan, foto serta hiasan dinding lainnya. Salah satu *diversifikasi* produk unggulannya adalah pigura kaligrafi yang telah mampu menembus pasar sampai ke luar Pulau Jawa. Daerah pengiriman produk ini selain di Pulau Jawa yaitu Jakarta, Bandung, Weleri, Semarang dan Madura juga diluar pulau yaitu Aceh, Kalimantan, Makasar dan Gorontalo. Dari pendataan daerah pemasarannya menunjukkan bahwa pangsa pasar pigura kaligrafi hampir merata di seluruh nusantara karena pigura kaligrafi sudah merupakan bagian kebutuhan skunder karena mayoritas penduduk indonesia adalah muslim. Dengan fenomena tersebut, tentu saja telah terjadi hukum kekayaan intelektual dalam bidang penawaran produk, “Semakin tinggi dan semakin cepat penawaran karakter produk hasil kekayaan intelektual, cenderung semakin tinggi harga jual produk tersebut” (suryana, 2013). Pengrajin pigura kaligrafi telah banyak yang berusaha secara kreatif dan inovatif dengan mengembangkan desain produk, model, teknik rekayasa produk dan keunikan-keunikan lainnya. Namun sangat disayangkan kreatifitas dan inovasi belum terpikirkan untuk mendaftarkan kekayaan intelektual tersebut menjadi HAKI karena ketidak tahuan dari pengrajin .

Dalam Wikipedia (<http://en.wikipedia.org/wiki/innovation#Multidimensional>) dikemukakan bahwa secara multidimensional, inovasi memiliki beberapa makna penting. Berikut beberapa arti dari inovasi serta implementasinya bagi pengembangan produk kerajinan pigura kaligrafi berdasarkan hasil survey, wawancara dan dokumentasi :

1. **Inovasi sebagai Pembaruan (*Innovation a Novelty*)**

Pada hakikatnya inovasi adalah pembaruan atau kebaruan, yaitu adanya nilai tambah baru bagi penggunanya. Objek inovasi adalah nilai tambah suatu produk, proses, atau jasa. Inovasi selalu dinyatakan dalam bentuk solusi teknologi yang lebih baik diterima oleh masyarakat. Kebaruan hanya merupakan konsekuensi dari implementasi praktis inovasi. Inovasi selalu baru. Parameter kunci dari inovasi adalah nilai tambah bagi pengguna. Pembaruan dalam produk Pigura Kaligrafi diimplementasikan melalui inovasi desain produk pigura suara. Gambar 1 merupakan hasil implementasi inovasi produk sebagai pembaharuan.

Gambar 1

Produk Inovasi pembaruan : “ Pigura Ka’bah Madinah Suara”



Sumber : Zuliyati,2012

³ Desain produk kerajinan merupakan desain yang berbasis kria, merupakan terjemahan dari istilah ‘*craft design*’ dan dapat didefinisikan sebagai suatu karya desain yang dilandasi (berbasis) prinsip-prinsip kria (*craft*) dalam proses realisasinya. Produk pigura suara merupakan hasil inovasi pembaruan dari pigura Mekah Madinah lampu. Kebaruan dari produk ini lebih menitikberatkan pada nilai-nilai keunikan (*uniqueness*), estetika (keindahan), seni (*art*), khusus/ khas ragam hias (*ornament*), dan kemerduan suara Tilawatil Qur’an 30 Juz sebagai unsur dasar. Inovasi pembaharuan produk ini dari produk yang tidak hanya dapat dinikmati melalui bentuk fisiknya, akan tetapi ternyata pengrajin pigura dapat memperbarui dengan adanya tambahan kemerduan suara mengaji 30 Juz, sehingga diharapkan akan membawa dampak positif bagi konsumen karena selain kepuasan akan keindahan juga kepuasan rohani atas lantunan ayat suci Al Quran yang dapat didengarkan setiap saat.

2. Inovasi sebagai Perubahan (*Innovation a Charge*)

Inovasi merupakan perubahan. Perubahan bisa dalam bentuk transformasi, difusi yang berujung pada perubahan. Dilihat dari dimensi waktu inovasi, inovasi lebih menekankan pada proses baru yang dapat menghasilkan objek baru. Dengan demikian inovasi mengacu pada transformasi untuk difusi dan akhirnya untuk mengubah, meningkatkan nilai tambah, produktifitas, keunggulan baru, peluang baru serta kinerja usaha.

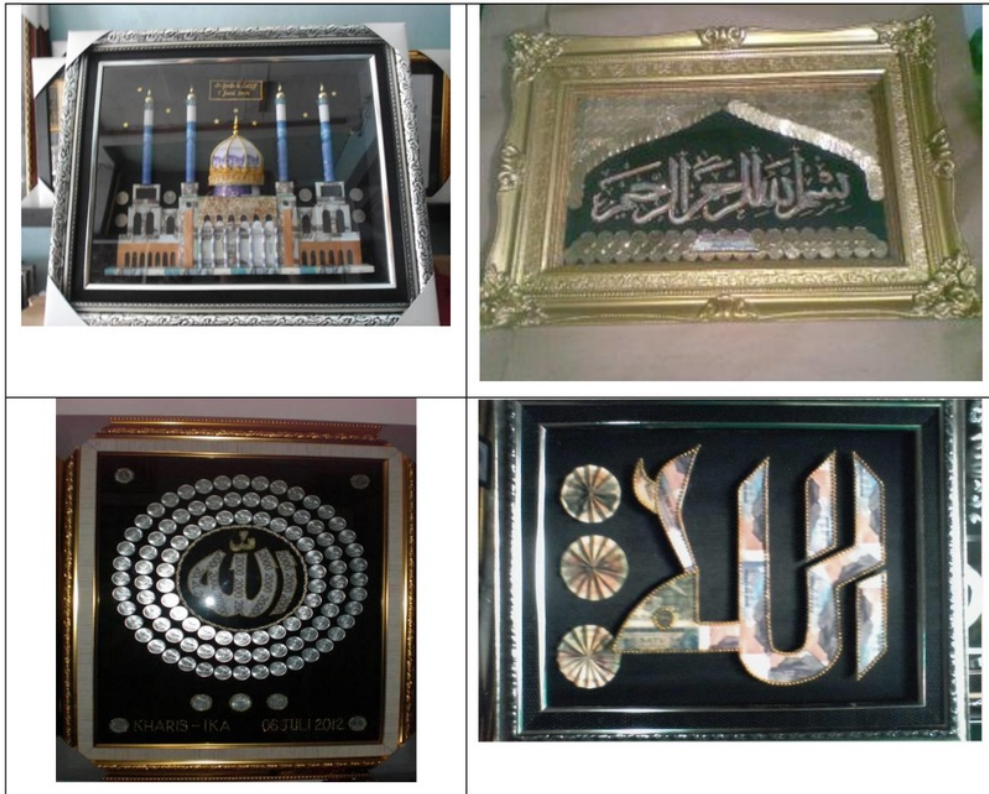
Produk Pigura kaligrafi umumnya dibuat secara berulang, dan dibuat dalam skala besar (*mass product*). Tentunya dibutuhkan persyaratan-persyaratan tertentu yang harus dipenuhi dalam proses perancangannya yang sangat berbeda dengan hasil produk yang

bersifat eksklusif (hanya dibuat sebuah saja).³ Dalam hal ini perubahan status tidak didasarkan atas cara, sistem, teknologi, atau pendekatan produksi yang dilaksanakan, akan tetapi dari diperbanyak atau tidaknya produk tersebut. Implementasi inovasi produk sebagai perubahan pada produk pigura adalah jenis produk pigura mahar mas kawin. Pada jenis produk ini perubahan manfaat inti dari pigura kaligrafi berubah menjadi fungsi yang berbeda, yaitu sebagai mas kawin. Mas kawin atau biasa disebut mahar biasanya dipersembahkan sebagai persyaratan yang diminta oleh calon pengantin wanita. Pigura mas kawin ini biasanya dibuat tidak secara *mass product* tetapi berdasarkan pesanan khusus, begitu juga kaligrafi yang sifatnya spesifik juga diproduksi sesuai dengan pesanan.

Gambar 2 dibawah ini contoh produk inovasi pigura mahar sebagai inovasi perubahan.

Gambar 2

Inovasi Produk Syariah : Pigura Mahar sebagai inovasi perubahan



Sumber : Dokumentasi Kelompok Pengrajin Pigura Demak dan Kudus

3. Inovasi sebagai Keunggulan (*Innovation as Advantage*)

Inovasi adalah keunggulan. Dengan inovasi berarti wirausaha menciptakan keunggulan . Keunggulan dalam bentuk baru. Inovasi bisa dalam berbagai bentuk seperti inovasi produk, proses, metode, teknologi, dan manajemen. Inovasi juga bisa berarti kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi dan menciptakan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (Zimmerr, 1996:51). Inovasi produk pigura kaligrafi sebagai keunggulan telah diimplementasikan dalam rangka mencari solusi atas permasalahan yang terjadi antara lain :

- a. Penggunaan bahan pigura menggunakan bahan fiber untuk mensubstitusi bahan dari kayu yang semakin langka. Keunggulan pigura berbahan fiber mempunyai ketahanan yang kuat, anti keropos, mempunyai motif yang beragam dan harga yang lebih murah dibanding kayu.
- b. Penggunaan bahan foil sebagai pengganti lempengan kuningan karena memiliki keunggulan tidak bisa berkarat dan pembentukan motif tulisan kaligrafi yang lebih mudah.
- c. Diversifikasi produk pigura kaligrafi handmade karena mempunyai keunggulan nilai seni (*art*) yang lebih tinggi sehingga nilai jual lebih tinggi.

Gambar 3 dibawah ini merupakan berbagai inovasi produk syariah pigura kaligrafi. Dikategorikan produk syariah karena produk kaligrafi tersebut berisikan materi atau tulisan cuplikan ayat suci al Quran atau Al Hadist yang di desain sedemikian hingga makna atau arti yang terkandung didalam kaligrafi tersebut dapat diyakini kebenarannya dan dapat diamalkan bacaannya dalam kehidupan sehari-hari. Cuplikan ayat Al Qur'an atau Hadist yang sering dipakai dalam seni kaligrafi serta sugesti yang diyakini oleh konsumen adalah :

- Ayat Kursi (mengandung makna keselamatan)
- Surat Yaasin (mengandung makna selalu ingat akan kematian sehingga akan selalu ingat kepada Allah)
- Asmaul Husna (mengandung makna selalu ingat nama-nama Allah)
- Ayat Seribu Dinar (mengandung makna mendatangkan rizki)
- Sholawat Nariyah (mengandung makna keselamatan)
- Kaligrafi Semar / Syahadat (mengandung makna *Jimat Kalimosodo* atau Syahadat)
- Kaligrafi kulit Hewan
- Pigura Mekah, Medinah, Roudhoh, Pintu Ka`bah dan Multazam (mengandung makna semoga cepat bisa menjalankan ibadah haji)

- Berbagai doa : keluarga sakinah, selamat dunia akhirat dll

Gambar 3

Berbagai Diversifikasi Inovasi Produk Syariah : Figura Kaligrafi



Sumber : Dokumentasi Kelompok Pengrajin Figura Demak dan Kudus

KESIMPULAN

Berdasarkan pendahuluan dan hasil serta pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kelompok Pengrajin Figura Kaligrafi Tembiring dan Johar merupakan wirausaha yang menjadi bagian dari industri kreatif yang menghasilkan produk syariah berupa berbagai macam pigura kaligrafi.
2. Produk Figura Kaligrafi dikategorikan produk syariah karena selain manfaat inti dari seni estetika/ keindahan yang diunggulkan, ternyata mengandung makna ajaran agama islam yang perlu diamalkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga konsumen mendapatkan kepuasan secara lahiriah dan batiniah.
3. Pengrajin pigura kaligrafi telah banyak yang berusaha secara kreatif dan inovatif dengan mengembangkan desain produk, model, teknik rekayasa produk dan keunikan

keunikan. Inovasi produk sebagai pembaharuan, perubahan dan keunggulan telah diimplementasikan, sehingga diharapkan produk kaligrafi akan menyerap tenaga kerja, dengan terminal akhirnya akan menciptakan kesejahteraan bagi pengrajin, tenaga kerja dan masyarakat pada umumnya.

4. Konsumen merasa terpuaskan baik secara lahiriah maupun batiniah atas kreatifitas dan inovasi produk pigura kaligrafi sehingga diharapkan dapat mengamalkan ajaran yang terkandung dalam makna seni kaligrafi tersebut.
5. Kreatifitas dan inovasi atas produk syariah pigura kaligrafi belum terdaftar sebagai hasil kekayaan intelektual menjadi HAKI karena keterbatasan pengetahuan dan SDM .

DAFTAR PUSTAKA

Bell, J. 1992. *Doing Your Reseach Project*. Philadelphia: Open University Project.

Sevilla, Consuelo, G., dkk. 1993. *An Introduction to Research Methods*. Diterjemah Alimudin Tuwu: Pengantar methode Penelitian. Jakarta: UI Press.

Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. 1994. *Handbook of Qualitatif Research*. London: Sage Publication.

² Howkins, J. 2001. *The Creative Economy, How People Make Money from Ideas*. London-England: Penguin Books Ltd. 80 Strand

Sutatmi, dkk, 2011, Program Pendidikan Wirausaha Berwawasan Gender Berbasis Jasa Boga di Pesantren Salaf , Jurnal Ekonomi Bisnis, Th 16 No 1 Maret 2011

Zuliyati, Lie Liana., 2012 Desain produk Pigura Suara bagi Kelompok Pengrajin Pigura , *Proceeding Kewirausahaan dan Industri Kreatif*, ISBN : 978-979-3986-296

Suryana, 2013:Ekonomi kreatif , Ekonomi baru mengubah ide dan menciptakan peluang, Salemba Empat , Jakarta .10-11

http://eprints.uny.ac.id/4131/2/Handout_Desain_Produk_Kerajinan.pdf

<http://abdul-rossi.blogspot.com/2011/03/wirausaha-dalam-islam-ide-dan-peluang.html>

<http://en.wikipedia.org/wiki/innovation#Multidimensional>

PENGEMBANGAN WIRAUSAHA INDUSTRI KREATIF MELALUI INOVASI PRODUK BERBASIS SYARIAH

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

babat8penyakitmematikan.blogspot.com

Internet Source

11%

2

docplayer.info

Internet Source

5%

3

blog-definisi.blogspot.co.id

Internet Source

4%

4

zulfa-belajarbareng.blogspot.com

Internet Source

3%

Exclude quotes On

Exclude matches < 3%

Exclude bibliography On