

Sosialisasi Implementasi Karakteristik Kewirausahaan untuk Keberhasilan Usaha *Coffee Rest*

**Cecilia Debora Salim¹, Shania Avisha², Mutia Rahiman Saputri³, Fransisca
Adrianto⁴, Yosi Novita Sari⁵, Ramdani Bayu Putra⁶, Hasmaynelis Fitri⁷**

Program Studi Akuntansi, Universitas Putra Indonesia Padang

e-mail: cecilsalim@gmail.com

Abstrak

Peningkatan jumlah kafe di Indonesia terjadi karena perubahan gaya hidup dari anak muda saat ini. Kafe yang bermunculan memiliki konsep yang berbeda-beda, seperti halnya *Coffee Rest* yang ada di kota Padang. Pelaku usaha harus memiliki kemampuan untuk bersaing dengan pemilik kafe lainnya terlebih di era *pandemi Covid-19*. Karakteristik kewirausahaan dipercaya dapat menunjang bisnis yang dimiliki sehingga dapat mencapai keberhasilan. Metode yang digunakan adalah sosialisasi setelah melakukan kegiatan wawancara dan observasi. Kelompok melakukan delapan kali kunjungan ke *Coffee Rest* selama tiga bulan. Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini, pemilik mulai menerapkan saran-saran dari kelompok sehingga jumlah pengunjung dan pelanggan bertambah dibandingkan dengan beberapa bulan sebelumnya.

Kata Kunci: *kafe, karakteristik kewirausahaan, sosialisasi*

Abstract

The increase in the number of cafes in Indonesia is due to the changing lifestyle of today's young people. The cafes that have sprung up have different concepts, such as the *Coffee Rest* in Padang city. Business actors must have the ability to compete with other cafe owners, especially in the era of the *Covid-19* pandemic. Entrepreneurial characteristics are believed to support the business owned so that it can achieve success. The method used is socialization after conducting interviews and observations. The group made eight visits to the *Coffee Rest* for three months. With this outreach activity, the owner began to implement the suggestions from the group so that the number of visitors and customers increased compared to the previous few months.

Keyword: *cafe, entrepreneurial characteristics, socialization*

PENDAHULUAN

Perubahan zaman dari waktu ke waktu juga membawa perubahan pola pikir gaya hidup masyarakat. Perubahan tidak dapat dihindari, karena sebagai makhluk sosial kita harus dapat beradaptasi mengikuti perkembangan zaman. Di Indonesia juga terjadi perubahan sosial dan budaya, perubahan gaya hidup, serta pola pikir. Salah satu contoh perubahan tren gaya hidup yang terjadi adalah anak muda zaman sekarang menjadikan 'nongkrong' sebagai salah satu bagian dari *lifestyle*, sehingga mereka lebih menyukai menikmati makanan dan minuman di luar rumah.

Berdasarkan riset independen Toffin, jumlah kedai kopi di Indonesia pada tahun 2019 meningkat tiga kali lipat dibandingkan pada tahun 2016, yaitu sebanyak 1.950 gerai.

Kota Padang juga tidak ketinggalan dalam perkembangan bisnis UMKM kedai kopi. (Sari et al., 2016) menyebutkan karakteristik UMKM di Indonesia yaitu, (1) jumlahnya sangat banyak melebihi jumlah usaha besar dan tersebar diseluruh pelosok pedesaan termasuk diwilayah-wilayah yang relatif terisolasi, UMKM sangat padat karya sehingga UMKM mempunyai potensi pertumbuhan kesempatan kerja yang sangat besar, (3) UMKM menggunakan teknologi-teknologi yang sesuai terhadap proporsi faktor-faktor produksi dan kondisi lokal yang ada, (4) tingkat fleksibilitas yang tinggi. Sementara, kedai kopi biasanya digunakan untuk berkumpul atau bersosialisasi, mengisi waktu liburan, hingga tidak jarang digunakan untuk pertemuan dan menjamu rekan bisnis oleh para eksekutif yang bersifat informal. Untuk itu perlu adanya dukungan dan upaya dari pemerintah, khususnya pemerintah daerah terhadap usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan produktifitas dan kinerjanya, maupun deregulasi dalam modal kerja yang saat ini menjadi masalah bagi UMKM, (Fitri et al., 2020)

Kedai kopi juga digandrungi oleh berbagai kalangan baik remaja, dewasa bahkan sering dijadikan tempat ngumpul Ibu-ibu sosialita untuk acara arisan, reuni, atau sekedar temu kangen dengan teman lama (Utari & Yusrik, 2021). Dewasa ini, telah banyak kedai kopi/ kafe yang bermunculan dengan berbagai keunikan dan konsep yang menarik. Termasuk *Coffee Rest* yang berlokasi di Jalan Kali Berantas. Banyaknya kafe yang ada di kota Padang, menyebabkan para pemilik kafe harus mencari cara agar dapat mengembangkan usahanya. Bagaimana mereka dapat tetap bertahan di masa pandemi Covid-19 dan memikat konsumen untuk menjadi pelanggan tetap di kafe tersebut.

Menurut (Firdaus et al., 2020), keberhasilan usaha adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul risiko finansial, psikologi, dan sosial yang menyertainya, serta menerima jasa moneter dan kepuasan pribadi. Beberapa faktor yang dapat mendukung keberhasilan usaha di antaranya adalah penentuan lokasi yang tepat, baik bagi pelaku usaha maupun bagi konsumen. Kedua adalah penetapan harga jual produk yang tepat sesuai dengan segmen pasar yang ingin diraih. Faktor ketiga adalah kepuasan konsumen (Anggini & Malik, 2021).

Selain itu penentu suksesnya sebuah usaha adalah jiwa dan sikap seorang *entrepreneur* (Sulistyanto et al., 2021). Namun tidak banyak wirausahawan yang memahami pentingnya memiliki karakteristik kewirausahaan untuk menunjang keberhasilan dari usaha yang dimiliki dan kinerja atau produktifitas kerja unit usaha yang sedang dijalankan, (Putra et

al., 2020). Karakteristik berarti ciri atau perwatakan dari sesuatu yang muncul secara teratur sehingga tingkah laku menjadi lebih konsisten dan mudah diperhatikan. Karakteristik dari seorang Wirausaha adalah ciri yang melekat dan menjadi penanda dari diri seorang apakah dia seorang wirausaha atau bukan. Banyak karakteristik unggul yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha yang dapat menjadi ciri dari seorang wirausaha yang sukses (Ridwan et al., 2020, p. 40).

Menurut (Sopiana & Sadjiarto, 2021) bahwa karakteristik kewirausahaan dapat dimiliki seseorang sebagai bakat bawaan sejak lahir, bisa juga dapat dibentuk melalui proses pendidikan dan pengalaman, bahkan ada juga yang karakteristik kewirausahaan berkembang karena faktor keadaan ekonomi yang tidak mendukung, sehingga banyak karakteristik jiwa kewirausahaan yang tertanam di benak seseorang akibat desakan ekonomi tersebut. Karakteristik kewirausahaan memungkinkan pemilik usaha mempunyai pola pikir yang lebih positif, penciptaan daya pikir yang kreatif, serta mampu mengambil resiko dari semua peluang yang ada.

Menurut (Susanti et al., 2021) Jiwa kewirausahaan, inovasi dan kreativitas penting untuk dimiliki karena merupakan kegiatan yang menumbuhkan kemampuan dalam kehidupan manusia. Seseorang pasti memiliki kemampuan untuk berkreaitivitas namun yang menjadi permasalahan adalah bagaimana menumbuhkan dan mengaplikasikan dalam kegiatan yang nyata. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan sosialisasi implementasi karakteristik kewirausahaan yang dimiliki pemilik usaha untuk keberhasilan kedai kopi *Coffee Rest* Padang.

Tujuan dilakukan kegiatan sosialisasi ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada pemilik *Coffee Rest* tentang apa saja karakteristik kewirausahaan yang harus dimiliki oleh seorang pelaku usaha dan bagaimana mengimplementasikannya dalam kegiatan usaha guna mencapai keberhasilan untuk usaha yang dijalankan.

METODE

Adapun metode yang akan digunakan dalam melaksanakan kegiatan ini adalah dengan melakukan wawancara dan observasi ke *Coffee Rest* Padang lalu dilanjutkan dengan kegiatan sosialisasi. Wawancara dilakukan kepada pemilik *Coffee Rest* serta pelanggan. Sedangkan observasi adalah kegiatan pemusatan perhatian terhadap sebuah objek dengan menggunakan seluruh alat indera (Sopiana & Sadjiarto, 2021). Menurut Ritcher JR dalam (Yusmansyah et al., 2018, p. 43) Sosialisasi merupakan suatu proses seseorang memperoleh keterampilan dan sikap yang diperlakukannya agar dapat berfungsi sebagai orang dewasa dan sekaligus sebagai pemeran aktif dalam suatu kedudukan atau peranan tertentu di masyarakat. Sosialisasi akan dilakukan setelah metode wawancara dan observasi terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan selama 8 (delapan) kali dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan adalah sebagai berikut:

1. Kunjungan pertama pada tanggal 12 Oktober 2021, kami melaksanakan wawancara pertama dengan pemilik *Coffee Rest*. Hasil dari wawancara tersebut yaitu *Coffee Rest* sudah berdiri sejak tahun 2015 namun kafe ini mengalami vakum akibat pergantian manajemen, setelah terbentuknya manajemen baru *Coffee Rest* kembali beroperasi dengan 2 (dua) pemilik dan modal awal untuk mendirikan kafe tersebut sekitar 450-500 juta rupiah. Setelah melakukan wawancara, kami memberikan sosialisasi tentang karakteristik kewirausahaan yang seharusnya dimiliki oleh pelaku usaha, yaitu percaya diri dan optimis, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil risiko dan menyukai tantangan, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi pada masa depan.



Gambar 1. Foto Prosesi Wawancara dan Sosialisasi dengan Pemilik *Coffee Rest*



Gambar 2. Foto Bersama Saudara Afif Setelah Melakukan Wawancara dan Sosialisasi

2. Kunjungan kedua pada tanggal 18 Oktober 2021 melakukan observasi seputar pelayanan pelanggan di *Coffee Rest*. Menurut pendapat kelompok, kegiatan pelayanan di *Coffee Rest* sudah baik sehingga kelompok tidak melakukan kegiatan sosialisasi pada kunjungan kedua ini.



Gambar 3. Foto Setelah Melakukan Observasi di *Coffee Rest*

3. Kunjungan ketiga dilaksanakan pada tanggal 02 November 2021 dengan melakukan wawancara kedua seputar perkembangan dan struktur internal kafe. Hasil dari wawancara tersebut yaitu terdapat penambahan karyawan, penambahan menu baru, dan adanya peningkatan pendapatan. Selanjutnya kami memberikan sosialisasi pentingnya mengetahui kepuasan pelanggan dan pengunjung kafe. Untuk mengetahui tingkat kepuasan dari pengunjung atau pelanggan, dapat dilakukan melalui sistem keluhan dan saran via online maupun menyediakan sebuah kotak keluhan dan saran di kafe. Sehingga pemilik bisa mengetahui kekurangan yang dimiliki kafe dari sudut pandang pelanggan dan berusaha untuk memperbaikinya. Survei kepuasan pelanggan juga bisa dijadikan alternatif pengukuran kepuasan pelanggan. Di era industri 4.0 ini, survei bisa dilakukan dengan menggunakan teknologi informasi seperti melalui *googleform*, sehingga pelanggan dapat mengisi survei tersebut ketika memiliki waktu yang luang. Sementara untuk *link google form* sendiri bisa dibagikan pada salah satu sosial media *Coffee Rest*, seperti *Instagram*. Tindakan ini termasuk ke dalam salah satu karakteristik kewirausahaan yaitu berjiwa kepemimpinan yang mau mendengarkan pendapat dan saran dari orang lain.



Gambar 4. Foto Bersama Saudara Aska Setelah Melakukan Wawancara dan Sosialisasi

4. Kunjungan keempat pada tanggal 16 November 2021, kami melihat dan melakukan pengambilan video seputar fasilitas dan ruangan yang disediakan di kafe tersebut. Adapun fasilitas dan ruangan yang tersedia di *Coffee Rest* yaitu ruang *meeting*, mushalla, *stage*, *live* karaoke, akustik, *live music/ band*, *youtube premium*, *netflix premium*, nobar komunitas, *smart TV 75 inch*, *party planner*, *wifi fast speed*, dll. Dari hasil observasi, kelompok mengetahui bahwa fasilitas yang disediakan oleh *Coffee Rest* sudah dimanfaatkan secara maksimal. Salah satu buktinya yaitu penggunaan *smart TV 75 inch* oleh para penonton siaran olahraga sepak bola.



Gambar 5. Foto Fasilitas di *Coffee Rest*

Gambar 6. Foto *Meeting Room*Gambar 7. Foto Setelah Melakukan Kegiatan *Cafe Tour*

5. Kunjungan kelima dilaksanakan pada tanggal 22 November 2021, kami melakukan wawancara kepada pengunjung atau pelanggan pada *Coffee Rest*. Dari beberapa pengunjung atau pelanggan yang kami wawancarai, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya alasan ketertarikan pengunjung atau pelanggan di *Coffee Rest* yaitu mereka berpendapat bahwa fasilitas dan suasana yang ada di kafe membuat mereka merasa nyaman saat berkunjung ke *coffee shop* ini. Menurut beberapa pelanggan yang telah kami wawancarai, lokasi *Coffee Rest* ini tergolong strategis karena dekat dengan universitas, hotel, gedung olahraga, kantor, dll. Sementara mengenai harga, mereka berpendapat bahwa harga pada menu di *Coffee Rest* termasuk relatif dan terjangkau. Dan di kafe tersebut terdapat pelayanan yang bagus dan memuaskan. Setelah melakukan wawancara dengan pelanggan, kelompok memberikan sosialisasi kepada pemilik *Coffee Rest* tentang sistem pemasaran pada kafe tersebut yang belum memanfaatkan teknologi 4.0 di era globalisasi ini (berorientasi ke masa depan).



Gambar 8. Foto Kegiatan Wawancara dengan Pelanggan Pertama



Gambar 9. Foto Kegiatan Wawancara dengan Pelanggan Kedua



Gambar 10. Foto Kegiatan Wawancara dengan Pelanggan Ketiga



Gambar 11. Foto Setelah Melakukan Wawancara dengan Pelanggan serta Sosialisasi kepada Pemilik

6. Kunjungan keenam dilaksanakan pada tanggal 30 November 2021, kelompok melakukan observasi tentang perkembangan yang terjadi di *Coffee Rest* berupa adanya tambahan menu baru, serta melakukan sosialisasi tentang kegiatan promosi untuk memajukan usaha kafe. Salah satu cara untuk mempromosikan kafe adalah dengan memanfaatkan sosial media. Kota Padang memiliki akun instagram yang mempromosikan kuliner di daerahnya. *Coffee Rest* bisa mencoba mempromosikan menu yang tersaji di akun instagram tersebut. Selain itu bisa juga dengan mengikuti festival makanan atau bazaar di saat ada acara tertentu.





Gambar 12. Foto Menu Baru di Coffee Rest



Gambar 13. Foto Kelompok Setelah Melakukan Sosialisasi

7. Kunjungan ketujuh pada tanggal 4 Desember 2021, kelompok melakukan observasi ke kafe saat berlangsungnya *event Tournament Offline Free Fire Branch Padang* yang diselenggarakan oleh Coffee Rest dan bekerja sama dengan Telkomsel. Cukup banyak kaum muda pria yang menyatakan ketertarikan mereka dengan berpartisipasi pada *event* di kafe. *Event* diadakan dengan total hadiah sebesar Rp 1.500.000,- yang akan diberikan kepada tiga kelompok yang menjadi juara pada *tournament free fire*.



Gambar 14. Foto Kegiatan *Tournament Offline Free Fire Branch Padang*



Gambar 15. Foto Setelah Melakukan Observasi Kegiatan *Tournament Offline Free Fire Branch Padang*

8. Kunjung kedelapan pada tanggal 11 Desember 2021 merupakan kunjungan terakhir kelompok ke *Coffee Rest*, kelompok memberikan ucapan terima kasih kepada *Coffee Rest* karena telah bersedia menjadi objek sosialisasi dan penelitian kelompok selama tiga bulan.



Gambar 16. Foto Penyerahan Ucapan Terima Kasih kepada *Coffee Rest*

Masing-masing pelaku usaha memiliki karakteristik kewirausahaan yang mungkin saja sama ataupun berbeda dengan pelaku usaha lainnya. Adapun dari hasil wawancara yang dilakukan maka dapat dideskripsikan karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik *Coffee Rest* sebagai berikut (Sinaga, 2016, hal. 25):

a. Percaya diri dan optimis

Watak yang dimiliki pemilik usaha dalam karakteristik ini adalah memiliki kepercayaan diri yang kuat, ketidaktergantungan pada orang lain dan bersifat individualis. Pemilik *Coffee Rest* memiliki karakteristik percaya diri dan optimis terbukti dari ketika wawancara dilakukan, pemilik dengan tegas menyatakan motivasi yang mendorong mereka membuka sebuah *coffee shop* di kota Padang. Mereka percaya diri dan optimis bahwa kafe yang mereka dirikan dapat memikat pengunjung dan pelanggan sehingga mampu menyaingi kafe-kafe yang berada di kotabesar lainnya.

b. Berorientasi pada tugas dan hasil

Menjalin hubungan yang harmonis dan profesional antara pemilik dengan karyawan merupakan bentuk dari sikap berorientasi pada tugas dan hasil. Hal ini dilakukan agar karyawan menjadi betah dan patuh terhadap peraturan yang ada di kafe, sehingga dapat menunjang performa *Coffee Rest* dari sisi pelayanan dan kualitas masakan.

c. Berani mengambil risiko

Coffee Rest merupakan satu-satunya *coffee shop* di daerah tersebut. Ini membuktikan pemilik berani mengambil resiko dengan menjadi yang pertama dalam mendirikan *coffee shop* di Jalan Kali Berantas. Selain itu tema yang diusung oleh kafe ini adalah *garden cafe*, sebuah tema yang jarang ditemui di kota Padang karena mayoritas kafe di Padang menggunakan tema industrial.

d. Kepemimpinan

Seorang pemimpin harus memiliki jiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain, dan terbuka terhadap saran maupun kritik. Pemilik sekaligus pemimpin di *Coffee Rest* memiliki jiwa kepemimpinan yang terlihat dari lancarnya hubungan komunikasi antara pemilik dengan karyawan, kemauan pemilik menerima sosialisasi yang diberikan oleh kelompok selama proses kunjungan ke *Coffee Rest*, dan karakter pemilik yang ramah serta cepat berbaur dengan orang lain.

e. Keorisinalan

Kreatif dan inovatif termasuk dari karakteristik keorisinalan. Saat memasuki masa pandemi covid-19, kafe melakukan inovasi terhadap tema yang digunakan. Pada awalnya tema kafe adalah industrial, untuk menarik minat pengunjung dalam mengunjungi kafe maka pemilik mengubah tema kafe menjadi *garden cafe*. Sementara hal kreatif yang dilakukan oleh pemilik kafe adalah menyediakan *live music* pada malam hari, banyak promo menarik seperti *friday movement* dan promo lainnya, menyediakan *smart TV* dengan layanan *netflix*, menyediakan *meeting room*, dan fasilitas lainnya yang jarang disediakan oleh kafe di kota Padang.

f. Berorientasi ke masa depan

Memiliki visi dan tujuan yang jelas serta mau melihat perubahan dan peluang dalam era globalisasi. *Coffee Rest* sering mengadakan turnamen *games* yang diikuti oleh para kaum muda pria, dari aktivitas tersebut dapat dilihat bahwa pemilik *Coffee Rest* paham akan minat dari kaum milenial. Hal ini juga dapat menjadi cara untuk mempromosikan *Coffee Rest* ke kalangan kaum muda.

SIMPULAN

Sosialisasi dilakukan di *Coffee Rest* dengan wawancara dan observasi terlebih dahulu selama 8 (delapan) kali dalam kurun waktu 3 (tiga) bulan. Adapun karakteristik kewirausahaan yang harus dimiliki oleh pemilik yaitu percaya diri dan optimis, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil risiko dan menyukai tantangan, kepemimpinan, keorisinalan, dan berorientasi pada masa depan. Dari kegiatan ini, kelompok mengetahui bahwa pemilik masih belum mengoptimalkan karakteristik kewirausahaan yang dimiliki untuk memaksimalkan keberhasilan usaha kafe, seperti masih kurangnya karakteristik pemilik pada berorientasi pada tugas dan hasil, kepemimpinan, dan berorientasi pada masa depan. Namun setelah kelompok melakukan kegiatan sosialisasi, pemilik *Coffee Rest* mulai menerapkan saran-saran yang diberikan kelompok sehingga jumlah pengunjung dan pelanggan *Coffee Rest* bertambah dibandingkan dengan beberapa bulan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggini, A. D., & Malik, A. (2021). *Pengaruh Motivasi dan Lokasi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner Bagasta Café di Kelurahan Sidorame Barat II, Kecamatan Medan Perjuangan*. 1(1), 44–53.
- Firdaus, M. M., Setyorini, R., & Telkom, U. (2020). ANALISIS FAKTOR FAKTOR KARAKTERISTIK JIWA KEWIRAUSAHAAN DALAM KEBERHASILAN MENGELOLA CAFFE DOUBLE D A. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6062–6073.
- Fitri, H. N., Putra, R. B. P. B., & Lusiana, L. L. (2020). PENGARUH BUSINESS KNOWLEDGE TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE MELALUI BUSINESS SKILL DAN INNOVATION PADA UMKM KOTA PADANG DI ERA INDUSTRI 4.0. *Jurnal Benefita*, 5(1), 39–49.
- Putra, R. B., Elfiswandi, E., Fitri, H., & ... (2020). The Effect of Business Knowledge and Self-Confidence on Business Performance With Business Innovation as Mediating Variable Among SMEs in Padang City. ... *of Entrepreneurship and* <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icebm-19/125941552>
- Ridwan, M., Dewi, M., Mulyani, S. R., Pratiwi, H., Rani, L. N., Mardison, Enggari, S., Ramadhanu, A., Nengsi, N. S. W., Putra, R. A., Muhammad, A., Fitriyeni, Putra, R. B., Sari, M. W., & Sari, V. N. (2020). KEWIRAUSAHAAN. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Sari, N. M. W., Suwarsinah, H. K., & Baga, L. M. (2016). *The Effect of Entrepreneurial Characteristics towards The Business Performance of Palm Sugar Micro, Small and Medium Enterprises in West Lombok Regency*. 12(1), 51–60.
- Sinaga, D. (2016). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Sopiana, & Sadjiarto, A. (2021). KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLIKASINYA PADA KEBERHASILAN USAHA FAVOR CAFE SALATIGA. 18(01), 77–92.
- Sulistiyanto, A., Dwinarko, Syafrizal, T., & Mujab, S. (2021). *Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Komunikasi Pemasaran bagi Pelaku UMKM pada Masyarakat di Kelurahan Ponggang, Kec. Serangpanjang, Kabupaten Subang*. 2(1), 34–40.
- Susanti, A., Istiyanto, B., Pamikatsih, T. R., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2021). *Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Pondok Pesantren Ad-Dhuha di Masa Pandemi*. 2(4), 790–800.
- Utari, D., & Yusrik, M. (2021). PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA CAFE DI KOTA PALEMBANG. *Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, Dan Akuntansi*, 6(1), 13–25.
- Yusmansyah, Oktariana, Y., & Febriani, T. (2018). *Sosioantropologi Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.