

ANALISIS MINAT PELAKU USAHA KONVEKSI TERHADAP PENGUNAAN TRANSAKSI NON TUNAI (E-MONEY) DI PASAR AUR KUNING BUKITTINGGI

Mawaddah¹, Rika Widianita²

UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

e-mail: mawaddahmawaddah34@gmail.com¹, rikawidianita@uinbukittinggi.ac.id²

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana minat pelaku usaha konveksi terhadap penggunaan transaksi non tunai (e-money). Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yaitu mengambil data langsung ke tempat penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah terkumpul di analisis menggunakan teknik deskriptif, penyajian data dalam bentuk narasi, reduksi data, dan penarikan kesimpulan. Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa dari penelitian yang dilakukan terhadap 50 informan terdapat keinginan yang signifikan untuk menggunakan e-money di kalangan responden, meskipun pemahaman mengenai mekanisme penggunaannya masih terbatas. Sebanyak 37 informan menunjukkan ketertarikan terhadap e-money, terutama bagi mereka yang memiliki toko online. Namun, banyak yang masih jarang menggunakan e-money dalam transaksi sehari-hari, dengan 27 orang menyediakan opsi ini tetapi tidak memanfaatkannya secara maksimal. Di masa mendatang, 27 informan berencana untuk mencoba e-money seiring dengan perkembangan teknologi, meskipun 23 orang masih lebih memilih transaksi tunai. Selain itu, meski 40 informan menyatakan paham tentang e-money, ada 10 orang yang menganggapnya sama dengan m-banking. Terkait kepuasan, hanya 17 informan yang merasa puas dengan transaksi non-tunai, sementara 33 lainnya kurang puas karena biaya admin yang dikenakan. Terakhir, responden belum sepenuhnya merekomendasikan e-money kepada pengusaha konveksi lainnya. Temuan ini menunjukkan perlunya peningkatan pemahaman dan sosialisasi mengenai e-money untuk mendorong adopsi yang lebih luas di kalangan pelaku usaha.

Kata Kunci: Minat, Pelaku Usaha Konveksi, Transaksi Non Tunai (E-Money).

Abstract – This study aims to determine the interest of convection business actors in the use of non-cash transactions (e-money). This type of research uses qualitative research, namely taking data directly to the research location. Data collection is carried out by interview, observation, and documentation. After being collected, it is analyzed using descriptive techniques, presenting data in narrative form, data reduction, and drawing conclusions. From the results of the research conducted by the author, the author concluded that from the research conducted on 50 informants, there was a significant desire to use e-money among respondents, although understanding of the mechanism of its use was still limited. A total of 37 informants showed interest in e-money, especially for those who have online stores. However, many still rarely use e-money in daily transactions, with 27 people providing this option but not utilizing it optimally. In the future, 27 informants plan to try e-money along with technological developments, although 23 people still prefer cash transactions. In addition, although 40 informants stated that they understood e-money, there were 10 people who considered it the same as m-banking. Regarding satisfaction, only 17 informants were satisfied with non-cash transactions, while 33 others were less satisfied because of the admin fees charged. Finally, respondents have not fully recommended e-money to other garment entrepreneurs. This finding indicates the need for increased understanding and socialization of e-money to encourage wider adoption among business actors.

Keywords: Interest, Convection Business Actors, Non-Cash Transactions (E-Money).

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi modern dan canggih telah menyebabkan peningkatan kebutuhan dasar manusia. Hal ini menunjukkan bahwa manusia membutuhkan sumber daya finansial untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Banyaknya tugas yang harus dilakukan manusia mendorong mereka untuk mencari cara yang efisien untuk menyelesaikan berbagai aktivitas, seperti berkomunikasi dengan orang lain, mengelola beban kerja yang terus bertambah, dan

melakukan transaksi terkait pendapatan dan pengeluaran. Akibatnya, manusia mengharapkan kemudahan dalam memenuhi semua persyaratan ini seiring dengan kemajuan teknologi. Masyarakat saat ini telah mengakui pentingnya opsi pembayaran non-tunai, khususnya melalui penggunaan uang elektronik (e-money). (Cynthia Syerin Perdana Putri, Jati Handayani, dkk, 2021).

Uang elektronik atau yang biasa disebut e-money merupakan metode pembayaran yang dibuat dari sejumlah uang yang disetorkan kepada penerbitnya, baik secara langsung maupun dengan cara mendebet rekening bank. Setelah dana tersebut masuk ke dalam sistem e-money, maka uang tersebut akan langsung masuk ke dalam mata uang Rupiah dan dapat langsung digunakan. Nilai e-money akan otomatis berkurang saat digunakan untuk transaksi pembayaran. Ada dua jenis e-money yang diterbitkan oleh bank, yaitu dalam bentuk chip yang digunakan melalui kartu untuk bertransaksi, dan yang kedua adalah e-money digital seperti OVO, Shopeepay, Go-Pay, Qris, Livin, dan lain-lain. (Khoiron Nikmah, 2021).

Pasar Aur Kuning di Bukittinggi berfungsi sebagai pusat tekstil dan garmen di Sumatera Barat, yang memiliki sejarah panjang dan posisi penting dalam perekonomian lokal. Banyak pemilik usaha garmen di Pasar Aur merupakan keturunan dari perusahaan keluarga yang telah lama berdiri. Pengetahuan dan keterampilan terkait pembuatan garmen telah diwariskan dari generasi ke generasi. Seiring berjalannya waktu, para pengusaha garmen di Pasar Aur terus beradaptasi dengan tren mode dan permintaan konsumen yang terus berkembang, sementara munculnya platform e-commerce telah memberi mereka peluang untuk berinovasi lebih jauh. Berdasarkan data jumlah berdasarkan tempat usaha dan jenis barang dagangan yang ada di pasar aur kuning Bukittinggi yakni:

Table 1 Komposisi tempat menurut tempat pedagang pasar aur kuning Bukittinggi th 2024

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Pasar Grosir	868
2	Toko	591
3	Kios	40
4	Lapangan Bulanan/ Los	4388
	Jumlah	5887

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Simpang Aur Kuning Bukittinggi

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa tempat pedagang yang ada dipasar aur kuning Bukittinggi berjumlah 5887 tempat, dimana yang paling banyak di tempati para pedagang yaitu lapangan bulanan/los, dan kebanyakan pengusaha konveksi berjualan di los tersebut.

Table 2 Komposisi pedagang menurut jenis barang dagangan pasar aur kuning Bukittinggi th 2024

No	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang (Orang)
1	Kelontong	27
2	Toko Pakaian	5700
3	Konveksi	75
3	Sepatu	54
4	Buah	10
5	Roti	9
6	Beras	5
7	Rumah Makan	7
	Jumlah	5887

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Simpang Aur Kuning Bukittinggi

Dapat kita lihat dari tabel diatas ada beragam macam jenis dagangan yang ada di pasar

aur kuning Bukittinggi, dari toko kelontong sampai rumah makan, namun toko pakaian sangat berkembang pesat di pasar aur sedangkan pengusaha konveksi hanya berjumlah 75 orang yang terdaftar di dinas perdagangan dan perindustrian.

Sektor garmen di Pasar Aur Bukittinggi sangat penting bagi perekonomian daerah. Meskipun demikian, banyak pelaku usaha di sektor garmen menghadapi berbagai kendala, termasuk kendala dalam pengelolaan keuangan, ancaman kerugian tunai, dan masalah dalam penanganan transaksi. Pemanfaatan e-money berpotensi untuk mengatasi berbagai kendala tersebut. Perdagangan menjadi sumber lapangan kerja alternatif yang menyediakan lapangan pekerjaan bagi banyak orang, terutama bagi para pedagang di Pasar Aur Kuning Bukittinggi. Di pasar ini, pedagang garmen merupakan pedagang yang paling banyak jumlahnya dibandingkan dengan jenis pedagang lainnya. Para pedagang garmen di Pasar Aur Kuning Bukittinggi memperoleh produknya dari produsen, sementara sebagian pedagang juga memproduksi sendiri barang dagangannya. (Azzahra Fujiatul Mardatillah dan Puji Hijria Suci, 2024).

Minat merupakan salah satu faktor psikologis yang menggerakkan dan menggerakkan individu untuk melakukan kegiatan yang bertujuan untuk mencapai tujuan. Dalam konteks bahasa, minat diartikan sebagai kecenderungan hati yang kuat terhadap suatu objek tertentu, yang ditandai dengan kegairahan dan keinginan. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan minat sebagai kecenderungan dan kegairahan yang kuat, atau keinginan yang mendalam terhadap sesuatu. Bimo Walgito mengartikan minat sebagai suatu kondisi saat seseorang menjadi perhatian terhadap sesuatu, disertai dengan keinginan untuk mengetahui, mempelajari, atau mencari informasi lebih lanjut. (Fitriana Latief, Dirwan, dkk, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana minat pelaku usaha konveksi terhadap penggunaan e-money dan strategi apa saja yang efektif dalam meningkatkan adopsi e-money di kalangan pelaku usaha konveksi di Pasar Aur Kuning Bukittinggi. Dengan memahami perspektif pelaku usaha, diharapkan dapat ditemukan solusi yang dapat mendorong adopsi e-money di Pasar Aur Kuning. Penelitian ini juga akan memberikan rekomendasi bagi pihak terkait untuk meningkatkan pemahaman dan keamanan penggunaan e-money. Seiring dengan semakin tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya digitalisasi, pelaku usaha konveksi perlu menyadari bahwa penggunaan e-money bukan hanya sekedar tren, tetapi juga merupakan suatu keharusan untuk meningkatkan daya saing. Dengan mengadopsi e-money, pelaku usaha dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen dan mempercepat proses transaksi.

Mengkaji literatur tentang adopsi teknologi di sektor usaha kecil dan menengah (UKM) sangat penting dalam hal ini. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa keputusan untuk mengadopsi teknologi dipengaruhi oleh unsur-unsur seperti manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan dukungan lingkungan. Oleh karena itu, penelitian ini akan melihat uang elektronik dari sudut pandang bisnis pakaian. Kesulitan yang dihadapi pengusaha pakaian saat menggunakan uang elektronik juga akan dikaji dalam penelitian ini. Misalnya, klien yang masih terbiasa melakukan transaksi tunai, kurangnya pemahaman tentang cara menggunakan aplikasi uang elektronik, dan kesulitan teknis selama proses transaksi. Mengatasi masalah ini merupakan langkah awal yang penting dalam mempromosikan penggunaan uang elektronik di kalangan pemilik bisnis. (Arkom Nazro'i, 2024).

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif, khususnya penelitian, yang melibatkan pengambilan data langsung ke lokasi penelitian. Penulis studi akan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Terdapat hubungan langsung antara analisis data kualitatif dan tiga metode utama pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dievaluasi

menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang melibatkan penggunaan kata atau frasa untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa, setelah semua data yang dapat diakses diperoleh dan dikumpulkan. Analisis data kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan. Menganalisis berbagai materi penelitian merupakan langkah pertama dalam menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang kemudian dilanjutkan dengan membuat klasifikasi atau fitur umum tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil penelitian

Minat pelaku usaha konveksi terhadap penggunaan transaksi non tunai (e-money)

a. Keinginan untuk menggunakan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada sekitar 50, terdapat sekitar 37 orang yang menginginkan menggunakan e-money alasannya yakni karena dari mereka sudah terdapat di handphone mereka pembayaran e-money seperti shoopepay, gopay, dana dll, dan mereka mempunyai toko di platform online seperti shoope namun di dalam proses transaksi sehari-hari mereka di usaha konveksi ini yang peneliti dapatkan semua masih tergantung pada pembayaran tunai. Dan sebagiannya lagi yakni sekitar 13 pelaku usaha konveksi tidak ada keinginan untuk melakukan transaksi dengan menggunakan e-money dikarenakan ada yang tidak paham bagaimana mekanisme proses pembayaran melalui e-money itu sendiri dan masih terbiasa dengan menggunakan uang tunai.

b. Selalu mencoba menggunakan

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada 50 orang pelaku usaha konveksi tentang apakah mereka menyediakan pembayaran e-money, hasil yang peneliti dapatkan yaitu sekitar 27 orang. Sedangkan 23 orang lainnya mereka tidak sama sekali menyediakan pembayaran e-money karena mereka tidak pernah menawarkan pembayaran melalui e-money dan mereka masih terbiasa dengan uang tunai

c. Berlanjut dimasa yang akan datang

Dalam pertanyaan ini, peneliti mendapatkan hasil ada sekitar 27 orang yang mengatakan akan mencoba menggunakan dimasa yang akan datang karena tuntutan teknologi yang semakin canggih dan besar kemungkinan uang tunai sudah tidak terpakai lagi esok hari. Namun dalam kondisi lain sekitar 23 informan yang peneliti wawancarai mereka masih ragu untuk menggunakan e-money dimasa depan, alasannya karena merasa lebih suka menggunakan uang tunai dan sudah terbiasa, seperti yang dikatakan mereka di lingkungan pasar aur rata-rata orang datang langsung untuk membeli produk dan jarang tidak membawa uang tunai.

d. Ketertarikan

Dalam pertanyaan ini terdapat 37 orang yang tertarik dan 13 orang yang tidak tertarik. Alasan tertarik karena banyaknya orang disekitar yang sudah beralih atau menggunakan transaksi non tunai pada zaman sekarang serta kebanyakan dari mereka diluar toko konveksi mereka sering menggunakannya untuk belanja online dan itu membuatnya semakin mudah. Dan alasan tidak tertarik karena belum paham mekanisme transaksi non tunai itu sendiri

e. Perhatian

Menurut informan yang telah peneliti wawancarai mereka tidak begitu memperhatikan keberadaan e-money dan bahkan ada yang tidak paham mengenai apa itu e-money

f. Motivasi

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan ada 27 orang yang merasa termotivasi dengan penggunaan transaksi non tunai karna penjualan mereka sudah tahap punya toko di online shop dan menurut mereka perkembangan zaman dan trend pasar sangat memotivasi terhadap penggunaan transaksi non tunai (e-money) terlebih lagi dengan maraknya penjualan di online shoop. Dan yang 23 orang lagi mereka belum termotivasi untuk

menggunakan sistem transaksi non tunai karena masih berjualan di toko langsung

g. Pengetahuan

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan melalui informan tentang seberapa jauh mereka mengetahui dan paham tentang keberadaan e-money. Sekitar 40 orang paham akan transaksi non tunai (e-money), dan 10 orang lagi mengatakan kurang paham apa itu e-money bahkan ada yang bilang M-Banking sama dengan e-money padahal itu sangat jauh berbeda

h. Kepuasan setelah menggunakan

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan terdapat 17 orang yang merasa puas setelah menggunakan e-money karena dianggap gampang dan 37 lainnya kurang atau bahkan tidak merasa puas karena tidak paham atau merasa ribet dengan biaya admin yang dibayarkan nantinya dan merasa merugikan pelanggan dan dirinya sendiri sebagai penjual

i. Merekomendasikan

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan dengan informan yaitu para pelaku usaha konveksi yaitu para pelaku usaha konveksi yang telah diwawancarai sebanyak 50 orang belum sepenuhnya membahas atau merekomendasikan transaksi non tunai kepada pengusaha konveksi lainnya maupun pelanggan karena menurut mereka sendiri pelanggan sendiri lebih suka dengan uang tunai, sekalipun ada yang memakai e-money itu untuk penjualan di online.

2. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa minat pelaku usaha konveksi terhadap penggunaan transaksi non tunai (e-money) masih tergolong rendah di sebagian pelaku usaha konveksi. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan dan pemahaman oleh pelaku usaha konveksi terkait transaksi non tunai (e-money) atau pengusaha lebih menyukai interaksi langsung dengan pembeli.

Rendahnya minat dipengaruhi oleh suatu keinginan Berdasarkan hasil wawancara dari 50 informan terdapat 37 orang yang berkeinginan menggunakan e-money, seseorang yang berminat ketika dia memiliki keinginan tetapi ketika tidak memiliki keinginan otomatis dia tidak akan berminat, hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan Crow Maslow minat merupakan dorongan dari dalam diri individu yang dapat memicu ketertarikan dan keterlibatan aktif dalam suatu objek dan kegiatan. keinginan pelaku usaha konveksi untuk menggunakan transaksi non tunai (e-money) dapat dipahami dalam konteks perilaku dan kebiasaan yang telah terbentuk banyak pelaku usaha konveksi lebih memilih metode pembayaran tunai karena mereka merasa nyaman dan familiar dengan cara tersebut. Transaksi tunai memberikan mereka kendali langsung atas arus kas dan memungkinkan mereka untuk segera menerima pembayaran tanpa menunggu proses verifikasi dari sistem digital.

Selain itu, ada juga yang menganggap bahwa transaksi tunai lebih sederhana dan tidak memerlukan pemahaman teknis yang mendalam. Pelaku usaha mungkin merasa bahwa penggunaan e-money memerlukan pengetahuan tentang teknologi dan perangkat yang tidak mereka miliki. Hal ini menciptakan pembakaran dan rasa takut akan kesalahan dalam penggunaan sistem digital. Walaupun minat menggunakan e-money masih tergolong rendah namun beberapa pelaku usaha konveksi lainnya mempunyai keinginan untuk menggunakan e-money. Minat penggunaan transaksi non tunai (e-money) dalam perspektif ekonomi islam:

a. Keadilan

Perdagangan Islam sangat menekankan keadilan, dan terlibat dalam perilaku tidak jujur atau tidak adil dilarang.

b. Transparansi

Salah satu prinsip inti ekonomi Islam yang mendorong keterbukaan dan kejelasan dalam semua transaksi adalah transparansi.

c. Larangan riba

Riba mengacu pada tambahan yang diperoleh tanpa imbalan yang sah, baik dalam

bentuk bunga pinjaman atau keuntungan tidak adil dari transaksi.

d. Etika bisnis

Suatu pendekatan manajemen bisnis yang mengutamakan moralitas dan kesesuaian dengan prinsip-prinsip Islam dalam semua aspek operasi dikenal sebagai etika bisnis Islam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

Dalam indikator minat “keinginan untuk menggunakan”, berdasarkan hasil wawancara dengan 50 informan, 37 orang dari mereka ada keinginan untuk menggunakan e-money karena sudah terdapat beberapa e-money dalam handphone mereka seperti shoopepay, gopay, dana, dll. Sebagiannya lagi terdapat 13 orang tidak ada keinginan untuk menggunakan e-money karena tidak paham bagaimana mekanisme proses pembayaran melalui e-money. Dalam indikator minat “selalu mencoba menggunakan”, berdasarkan hasil wawancara dengan 50 informan, sebagian dari mereka yaitu 27 orang menyediakan pembayaran melalui e-money, namun masih jarang digunakan untuk transaksi. Sebagiannya lagi 23 orang sama sekali tidak menyediakan dan tidak pernah menawarkan kepada pelanggan untuk membayar melalui e-money.

Dalam indikator minat “berlanjut dimasa yang akan datang”, hasil wawancara dengan 50 informan, sebagian dari mereka yaitu 27 orang akan mencoba menggunakan dimasa yang akan datang karena tuntutan teknologi yang semakin canggih. Sebagiannya lagi yaitu 23 orang masih ragu untuk menggunakan e-money dimasa yang akan datang karena lebih suka menggunakan uang tunai dan sudah terbiasa. Dalam indikator minat “ketertarikan”, hasil wawancara dengan 50 informan, sebagian dari mereka yaitu 37 orang tertarik menggunakan e-money karena dari mereka mempunyai toko di online shoop. Sebagiannya lagi ada 13 orang tidak tertarik karena belum paham mekanisme transaksi non tunai. Dalam indikator minat “perhatian”, hasil wawancara dari 50 informan, mereka tidak terlalu memperhatikan keberadaan e-money dalam hal transaksi di konveksi itu sendiri.

Dalam indikator minat “motivasi”, hasil wawancara dengan 50 informan, ada 27 orang termotivasi untuk menggunakan e-money karena perkembangan zaman. Dan ada 23 orang yang tidak termotivasi karena masih berjualan ditoko langsung. Dalam indikator minat “pengetahuan”, hasil wawancara dengan 50 informan, sekitar 40 orang paham tentang keberadaan e-money. Dan 10 orang lagi mengatakan tidak paham karena menganggap e-money sama dengan m-banking. Dalam indikator minat “kepuasan setelah menggunakan”, hasil wawancara dengan 50 informan, terdapat 17 orang yang merasa puas dengan transaksi non tunai karena dianggap mudah dan gampang. Dan 33 orang lagi kurang puas karena biaya admin yang dibayarkan ketika menggunakan e-money. Dalam indikator minat “menggunakan”, hasil wawancara dengan 50 informan, mereka belum sepenuhnya membahas atau merekomendasikan e-money kepada pengusaha konveksi lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Haryono dan Oktavianus Abdinata Jering. 2020. Analisis Penerapan Sistem Transaksi Non Tunai Dalam Meningkatkan Tingkat Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Daerah Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Landak. *Jurnal JAAKFE*. Vol 10 No 2.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. (Yogyakarta: Andi Publisher).
- Kurniawan, Davis. 2020. *Perilaku Konsumen*. (Bandung: Mitra Abisatya).
- Latief, Fitriana dan Dirwan, dkk. 2021. Determinan Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*. Vol 5 No 3.
- Mardatillah, Azzahra Fujiatul dan Puji Hijria Suci, dkk. 2024. Analisis Manajemen Produksi Usaha Konveksi di Muthia Konveksi Tanjung Beringin Pasaman. *Jurnal Seni Rupa*. Vol 13 No 1.
- Nazro'i, Arkom. 2024. Analisis Efektivitas Penggunaan E-Money dan E-Toll Card Sebagai Alat

- Transaksi Pembayaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal Of Islamic Economic and Banking*. Vol 8 No 2.
- Nikmah, Khoirun. 2021. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menerima Pembayaran Menggunakan E-Money Pada UMKM di Yogyakarta. Skripsi Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Putri, Cynthia Syerin Perdana dan Jati Handayani, dkk. 2021. Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan, Penggunaan dan Keamanan Terhadap Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. *Jurnal Keunis (Keuangan dan Bisnis)*. Vol 9 No 2.
- Suharyat, Yayat. 2021. Hubungan Antara Minat, Sikap, dan Perilaku Manusia. *Jurnal Manajemen*. Vol 2. No 2.