

Edukasi Kewirausahaan Melalui Program Kerja *Market Day* di SMP PGRI 400 Tangerang

Leli Esterina Hutahaean¹⁾*, Indah Respati Kusumasari²⁾

¹⁾²⁾ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur

¹⁾20042010260@student.upnjatim.ac.id

²⁾indahrespati.adbis@upnjatim.ac.id

Jejak artikel:

Abstrak

Unggah artikel 24 Juni 2023;
Perbaikan 25 Juni 2023;
Diterima 26 Juni 2023;
Tersedia online 10 November 2023

Kata kunci:

Edukasi.
Kewirausahaan.
Market Day
Pendidikan
Program Kerja

Instansi pendidikan menjadi faktor pendorong penting dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan dalam diri peserta didik. Telah dilaksanakan program kerja *market day* di SMP PGRI 400 Tangerang sebagai sarana edukasi kewirausahaan yang diberikan oleh mahasiswa kampus mengajar 5 SMP PGRI 400 Tangerang. Kegiatan *Market day* ini dilaksanakan pada tanggal 30 Mei 2023 sejak pukul 08.00 – 12.00 WIB. Setiap kelas menjual 1 – 4 macam produk yang dijual. Untuk menunjang keberhasilan program, mahasiswa kampus mengajar memberikan edukasi berupa sosialisasi inovasi produk dalam bisnis sebelum pelaksanaan *market day* ini. Kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan kemampuan wirausaha peserta didik, dan juga menjadi wadah dalam bentuk implementasi kegiatan wirausaha. Diharapkan dengan pelaksanaan *market day* ini, peserta didik dapat memiliki jiwa kewirausahaan yang tertanam dalam dirinya. Kegiatan ini berjalan dengan baik dan lancar. Setiap produk yang dijual berhasil habis terjual, dan setiap kelas memiliki profilnya masing – masing. Dalam pelaksanaannya terjadi beberapa hambatan, namun sudah terdapat solusi yang bisa dijadikan acuan pembelajaran di tahun yang akan datang, saat acara ini dilaksanakan Kembali di SMP PGRI 400 Tangerang.

I. PENDAHULUAN

Wirausaha merupakan pelaku bisnis yang memiliki peran penting dalam proses pengembangan bisnis. Wirausaha harus memiliki banyak ide inovatif agar bisnisnya mampu terus berkembang di tengah persaingan bisnis yang ada. Dalam prosesnya, kewirausahaan telah mendorong perekonomian Indonesia dari waktu ke waktu. Sebuah negara yang memiliki perekonomian yang baik, tentu saja didukung oleh potensi SDM yang memiliki jiwa wirausaha. Indonesia sendiri telah menjadikan kewirausahaan ini menjadi jantung perekonomian bangsa. Dengan kenaikan pendapatan masyarakat, gaya hidup masyarakat yang konsumtif, dan didorong oleh kegiatan wirausaha yang produktif dapat mendorong pertumbuhan ekonomi bangsa Indonesia (Fajri, 2021).

Dalam membentuk karakter wirausaha, tentu saja butuh dorongan yang didukung oleh pembelajaran tentang kewirausahaan. Pembelajaran kewirausahaan seharusnya diterapkan sejak dini. Dengan edukasi tentang jiwa wirausaha, seseorang akan memiliki modal untuk memulai usaha. Pembelajaran usaha ini sudah mulai dipelajari di jenjang menengah dengan mata pelajaran prakarya. (Rembulan & Fensi, 2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa minat dalam wirausaha didorong oleh lembaga instansinya. Dengan adanya media pembelajaran yang mendorong minat kewirausahaan peserta didik, maka besar dampaknya bagi minat peserta didik dalam berwirausaha, serta dorongan untuk menjadi wirausaha di kemudian hari.

Salah satu instansi pendidikan yang sudah mendorong peserta didiknya dalam berwirausaha yaitu SMP PGRI 400 Tangerang. Instansi ini berdiri dibawah yayasan PGRI, yang bertempat di kota Tangerang. Dalam pembelajarannya, instansi ini menyajikan pembelajaran prakarya, dimana edukasi tentang kewirausahaan telah dilaksanakan dengan dilaksanakan dengan baik. Peserta didik kelas 9, setiap paginya menjual donat; risol; ataupun makanan lainnya yang ramah dikantong pelajar. Kegiatan jual beli ini dilakukan atas inisiatif peserta didik dan wali kelas untuk menutupi pembayaran uang kas. Penghasilan yang didapatkan dipergunakan untuk membayar uang kas kelas. Oleh karena itu, peserta didik kelas 9 tidak perlu lagi membayar uang kas, dikarenakan kebutuhan yang ada, sudah tertutupi oleh

* Corresponding author

penghasilan penjualan. Peserta didik yang memiliki edukasi kewirausahaan yang cukup baik, akan membangun jiwa kewirausahaan. peserta didik akan mampu menganalisis peluang, bahkan resiko dari usaha yang dijalankan (Hani & Rokhmani, 2018).

SMP PGRI 400 Tangerang sudah mendorong serta mengedukasi peserta didiknya tentang wirausaha, akan tetapi peserta didik belum mengetahui lebih jelas bahwasanya inovasi itu sangat penting dalam berwirausaha. Apabila dilihat dari segi pengemasan, setiap produk yang dijual tidak memiliki kemasan yang membuat produk menjadi unik. Oleh karena itu perlu adanya edukasi lebih lanjut tentang kewirausahaan terutama dari segi inovasi produk. Dalam kondisi keadaan yang seperti ini, mahasiswa kampus mengajar bergerak untuk membuat suatu program kerja yang mampu mengedukasi dan meningkatkan jiwa kewirausahaan peserta didik. *Market day* merupakan salah satu program yang akan dilaksanakan dalam rangka mengedukasi generasi muda tentang wirausaha. Selain itu, akan terlaksananya juga sosialisasi inovasi bisnis di kelas 9 agar peserta didik mengetahui lebih lanjut tentang pentingnya inovasi produk dalam berwirausaha. Sosialisasi ini dilakukan untuk mendukung implementasi secara langsung kegiatan berwirausaha di kegiatan *market day*. adapun beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam pelaksanaan program kerja *market day* ini, diharapkan:

1. *Market day* ini menjadi wadah peserta didik untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha.
2. sebagai bentuk implementasi secara langsung, tentang wirausaha.
3. menambah pengetahuan tentang pentingnya inovasi produk dalam wirausaha.

II. METODE

Kegiatan *market day* ini dilakukan pada tanggal 30 Mei 2023 di lapangan sekolah SMP PGRI 400 Tangerang. Kegiatan ini dilaksanakan oleh peserta didik kelas 9 SMP PGRI 400 Tangerang, tepat pada saat acara pentas seni kebhinekaan. Sasaran konsumen kegiatan *market day* ini adalah peserta didik kelas 7; 8; dan Bapak/Ibu guru SMP PGRI 400 Tangerang. Dalam pelaksanaannya terdapat sebanyak 4 stand penjual yang diisi dengan berbagai produk jual buatan peserta didik. Setiap stand diisi oleh perwakilan kelas masing - masing. *Stand* ini diisi oleh perwakilan kelas 9A; 9B; 9C; dan 9D. Untuk makanan yang dijual, setiap *stand* berisi 1 - 4 jenis makanan yang di jual. Adapun beberapa tahapan yang telah dilakukan, sebelum hingga sesudah pelaksanaan *market day*. Berikut tahapan pelaksanaan program kerja *market day*:

1. Tahap Persiapan, dalam tahap ini peserta didik kelas 9 diberikan edukasi tentang inovasi produk di setiap kelas (Hani & Rokhmani, 2018). Selain itu, peserta didik diminta untuk membuat ide bisnis yang hendak dijual dalam pelaksanaan *market day* yang akan datang.
2. Tahapan Pelaksanaan, dalam tahap ini peserta didik melakukan pelaksanaan kegiatan *market day* sesuai rancangan yang telah peserta didik buat. tahap ini berisikan persiapan penataan *stand*; penataan produk yang ingin dijual; dan pelaksanaan kegiatan jual beli antara penjual dan konsumen.
3. Tahapan refleksi, dalam tahapan ini berisikan sesi diskusi dengan peserta didik pelaksana kegiatan *market day*. Pada sesi ini, kita mencari solusi yang ada atas permasalahan yang terjadi. Dengan demikian, kesalahan serupa tidak terjadi di kegiatan yang akan datang.

Diatas merupakan tahapan dari awal hingga akhir pelaksanaan *market day*, setiap tahapan dilakukan untuk menunjang pelaksanaan *market day* yang berhasil. Kegiatan *market day* ini dimulai sejak pukul 08.00 - 12.00 WIB.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Edukasi kewirausahaan melalui program kerja *market day* merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan generasi muda tentang kewirausahaan; mendorong karakter peserta didik yang mempunyai jiwa kewirausahaan; dan menjadi wadah pengembangan inovasi peserta didik SMP PGRI 400 Tangerang. Berdasarkan penelitian (Arelie; 2018) kegiatan *market day* ini membawa dampak positif dalam pengembangan diri peserta didik. Sejak pelaksanaan *market day*, kemampuan peserta didik yang berorientasi kepada keberhasilan, meminimalisir resiko; dan membangun jiwa kepemimpinan peserta didik. Selain itu juga melalui program *market day* ini, peserta didik dilatih untuk membuat ide bisnis yang inovatif, yang mengasah pola pikir kreatif peserta didik, dan juga peserta didik mempunyai jiwa yang mandiri.

Dalam mencapai tujuan dari program kerja *market day* ini, memerlukan beberapa tahapan yang harus dilakukan seperti tahapan eksplorasi; perencanaan; produksi; penjual; dan juga refleksi (Pratitis, 2018). Sejalan dengan hal tersebut, pelaksanaan program kerja *market day* di SMP PGRI 400 Tangerang juga melalui beberapa tahapan pelaksanaan. Dalam pelaksanaannya terdapat 3 tahapan, yaitu tahapan persiapan yang meliputi edukasi tentang inovasi produk; tahapan pelaksanaan yang berisi kegiatan proses jual beli; dan diakhiri oleh kegiatan refleksi yaitu menelisis

kembali permasalahan yang ada dan mencari solusi dari permasalahan tersebut. Adanya kegiatan refleksi ini dilakukan dengan tujuan, agar tidak terjadi kesalahan yang berulang di kegiatan yang akan datang.

Berdasarkan tahapan diatas, tahapan persiapan sudah dimulai 1 bulan sebelum pelaksanaan program kerja market day ini. Tepat di bulan April para mahasiswa kampus mengajar sudah melakukan edukasi pentingnya inovasi bisnis di kelas 9. Selain itu, pada bulan tersebut peserta didik sudah diminta untuk mempersiapkan ide bisnis dengan pertimbangan yang matang. berikut tabel tahapan pelaksanaan market day:

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Market Day

Tahapan	Kegiatan	Keterangan
Persiapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Edukasi pentingnya inovasi produk. 2. Persiapan ide bisnis. 3. Pengajuan ide bisnis kepada mahasiswa kampus mengajar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan edukasi pentingnya inovasi produk kepada peserta didik kelas 9, dengan edukasi ini mahasiswa kampus mengajar mengetahui bagaimana pola pikir kreatif peserta didik - Meminta peserta didik untuk memikirkan produk yang hendak di jual di <i>market day</i>. - Peserta didik melakukan pengajuan produk yang hendak di jual kepada mahasiswa kampus mengajar.
Pelaksanaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berlangsungnya proses jual beli di lingkungan sekolah SMP PGRI 400 Tangerang 	<p>Tepat pada tanggal 30 Mei 2023, berikut pelaksanaan program kerja <i>market day</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Telah berlangsung kegiatan jual beli di lingkungan sekolah. - Peserta didik kelas 7; 8; dan guru menjadi sasaran konsumen dalam program kerja ini. - <i>Market day</i> berlangsung selama kurang lebih 240 menit. - Terdapat 4 <i>stand market day</i>, setiap stand mewakili kelasnya masing - masing.
Refleksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluasi program kerja <i>market day</i>. 2. mencari solusi dari permasalahan yang ada. 	<ul style="list-style-type: none"> - melakukan evaluasi program kerja ini didukung oleh solusi yang ada, agar kesalahan yang terjadi tidak terulang di tahun berikutnya.

Demi menunjang keberhasilan program kerja *market day* ini, mahasiswa kampus mengajar secara khusus menjadi tutor pendamping dalam mengedukasi; mengarahkan; mendorong pembuatan ide bisnis; serta proses pelaksanaan *market day* ini. Tingginya antusiasme peserta didik akan program ini menjadi keberhasilan program kerja kewirausahaan ini. Dalam penelitian (Nurhayati, 2018) didapatkan bahwasanya melalui bazar *market day* yang dilaksanakan mampu meningkatkan minat dalam berwirausaha. Melihat antusiasme peserta didik melaksanakan kegiatan *market day* ini, menjadi sebuah dorongan untuk menciptakan jiwa wirausaha dalam benak peserta didik SMP PGRI 400 Tangerang. Tak dapat diragukan lagi, selain dorongan dari mahasiswa kampus mengajar, para wali kelas 9 juga turut memberi arahan kepada peserta didik dalam menciptakan ide bisnisnya.

SMP PGRI 400 Tangerang merupakan salah satu sekolah adiwiyata di Kota Tangerang, maka sudah seharusnya sekolah ini mengurangi pemakaian plastik, dan mulai memakai produk yang ramah lingkungan. Hal tersebut sudah diterapkan dengan baik oleh peserta didik kelas 9 yang menjadi penjual di *market day*. Semua produk yang dipasarkan menggunakan bahan yang ramah lingkungan dalam segi pengemasan. Apabila menjual produk berupa minum, peserta didik menggunakan *paper cup*. Begitu pula dengan produk berbentuk makanan, turut di jual dengan *paper lunch*. Indonesia sendiri sudah menerapkan kebijakan untuk wajib menjaga keberlanjutan lingkungan dalam konteks bisnis. Konsep *Green Human Resources Management* atau Manajemen Sumberdaya Manusia Ramah Lingkungan (MSDM-RL) diperkenalkan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan yang berdampak pada keseimbangan antara pertumbuhan perusahaan untuk menciptakan kekayaan dan perlindungan lingkungan alam yang memungkinkan untuk membangun masa depan yang sukses (Zurnali & Sujanto, 2020). Dengan demikian, pelaksanaan *market day* di SMP PGRI 400 Tangerang tidak hanya sebagai media pembelajaran tetapi juga implementasi secara langsung kegiatan yang ramah lingkungan. Berikut Tabel penjualan serta omset yang didapatkan:

Tabel 2. Produk & Omset Penjualan Market Day.

Kelas	Produk	Pendapatan
9A	- Keju Aroma	Rp. 270.000
9B	- Es Kuwut - Sosis Mangkok - Risol Mayo	Rp. 375.000
9C	- JASUKE (Jagung Susu Keju)	Ro. 96.000
9D	- Risol - Martabak - Roti Goreng - Es Teh	Rp. 350.000

Penerapan inovasi produk sudah terlihat, bahwasanya beberapa kelas memiliki inovasi dalam penyediaan variasi produk. Beberapa kelas sudah menjual lebih dari 1 jenis produk dengan omset penjualan yang cukup tinggi dibandingkan yang lain. Dalam bisnis, inovasi produk bisa berbentuk apa saja, bisa dalam bentuk cita rasa; pengemasan; ataupun variasi yang ditawarkan. Inovasi bisnis dalam bentuk variasi produk, mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Banyaknya variasi produk, menarik minat konsumen untuk memilih jenis produk yang sesuai dengan minatnya (Njoto, 2016). Selain itu, varian harga yang ditawarkan dalam *market day* ini sangat ramah dikantong pelajar. Mulai dari Rp. 2.000 - Rp. 5.000 per item. Penjual memprioritaskan harga yang tepat bagi calon konsumennya.

Promosi merupakan poin penting dalam bisnis. Banyaknya promosi yang dilakukan, mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Hastuti & Anasrulloh, 2020). Pada pelaksanaannya, *market day* telah melakukan promosi dengan 2 cara, yaitu menghias *stand* makanan semenarik mungkin, agar mampu menarik minat konsumen untuk mengunjungi standnya. Selain itu, promosi dari mulut ke mulut tetap dijalankan, yaitu dengan cara peserta didik kelas 9 menawarkan produknya kepada peserta didik, dan juga MC dalam acara ini turut mendorong minat peserta didik untuk membeli produk yang dijual dalam kegiatan *market day* ini. Secara keseluruhan, produk yang dijual dalam *market day* ini habis terjual. Ada Pula beberapa *reward* yang diberikan oleh mahasiswa kampus mengajar kepada peserta didik, yang mencapai angka penjualan tertinggi, dan stand menarik. Penghargaan dengan omset penjualan tertinggi diperoleh oleh kelas 9B; dan penghargaan untuk stand yang menarik diraih oleh kelas 9B. Penghargaan ini diberikan sebagai ucapan selamat dari mahasiswa kampus mengajar kepada peserta didik yang meraih penjualan tertinggi; dan sudah berusaha menata standnya semenarik mungkin.

Dalam pelaksanaan *market day* terdapat beberapa permasalahan yang hadir, dan permasalahan ini memerlukan pemecahan masalah berupa solusi. Berdasarkan diskusi di akhir kegiatan terdapat beberapa permasalahan, diikuti solusi yang ada. Pada tahapan refleksi, kami berhasil menguraikan permasalahan dan solusi yang ada dalam tabel berikut:

Tabel 3. Permasalahan & Solusi

No	Permasalahan	Solusi
1.	Kurangnya keanekaragaman produk yang dijual, karena keterbatasan dana.	Pemberitahuan kegiatan <i>market day</i> harus diberitahukan jauh jauh hari, sehingga penjual akan mempersiapkan modal yang cukup.
2.	Produk yang terjual, habis dalam waktu yang singkat, lebih cepat dari waktu yang telah dijadwalkan.	Penjual menyiapkan persediaan barang yang lebih banyak, agar stok produk lebih banyak.
3.	Sampah Paper lunch, dan paper cup berserakan di lapangan sekolah.	Disediakan kantong sampah plastik di setiap sudut area, agar konsumen dapat menjangkau lebih mudah tempat sampah yang tersedia.

Solusi diatas, diharapkan dapat diterapkan dengan baik di tahun yang akan datang. Adapun beberapa dokumentasi dari kegiatan *market day* yang dilaksanakan sebagai berikut:



Gambar 1. Foto Kegiatan *Market Day*



Gambar 2. Foto Kegiatan *Market day* & Pemberian Penghargaan

IV. KESIMPULAN

Program kerja *market day* merupakan program kerja yang dirancang untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan dalam diri peserta didik. Program kerja ini dijadikan sebagai wadah peserta didik untuk meningkatkan kemampuan berbisnis dalam dirinya, serta melatih pola pikir kreatif dalam diri peserta didik. *Market day* telah terlaksana dengan baik dan lancar pada tanggal 30 Mei 2023. Dalam pelaksanaannya kegiatan ini terdiri atas 4 stand bazar makanan ataupun minuman, yang diisi oleh perwakilan setiap kelas. Masing - Masing *stand* menjual 1 hingga 4 jenis makanan, dengan harga yang ramah di kantong pelajar. Setiap produk yang dijual, habis dalam waktu yang lebih cepat daripada yang diperkirakan. Adapun beberapa permasalahan dalam pelaksanaan *market day* ini seperti barang yang lebih cepat habis terjual; kurangnya bahan baku penjualan; dan sampah konsumen yang berserakan. Namun, sudah tersedia dalam tabel 3, berupa solusi yang disajikan dari permasalahan yang ada. Peserta didik mampu menerapkan edukasi yang telah diajarkan melalui pembelajaran prakarya, dan juga sosialisasi inovasi produk ke dalam proses pelaksanaan *market day*.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada teman sejawat mahasiswa kampus mengajar 5 di SMP PGRI 400 Tangerang yang telah menjadi pendorong dalam keberhasilan acara ini. Terimakasih juga kepada peserta didik kelas 9 yang sudah ikut berpartisipasi dalam kegiatan *market day* ini. Selain itu terhadap bantuan secara lahir, batin, dan finansial yang diberikan oleh pihak sekolah dalam pelaksanaan acara ini. Terimakasih kepada dosen pembimbing penulis, yang telah memberikan bantuan

serta arahan, selama program kerja kampus mengajar 5 ini berlangsung. Penulis merasa sangat terbantu, atas bimbingan, kritik serta saran yang membangun dari berbagai pihak yang terkait dalam keberhasilan program kerja *market day* ini.

DAFTAR PUSTAKA

- M. L. Pratitis, "Implementasi Program Market Day Sebagai Sarana Mengembangkan Karakter Kewirausahaan Siswa SDIT Alam Nurul Islam," *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, vol. Vol. 7 No. 25, pp. 2.449 - 2.458, 2018.
- A. J. Areli, "Mengembangkan Karakter Jiwa Kewirausahaan Peserta Didik SMK Negeri 1 Penukal Melalui Program Market Day," *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan)*, vol. Vol. 3 No. 1, no. Vol. 3 No. 1 (2018): *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan)*, pp. 60 - 67, 2018.
- E. C. Nurhayat, "Pengaruh Market Day (Bazar) Terhadap Membangun Jiwa Wirausaha Mahasiswa UNSIQ Jawa Tengah di Wonosobo," *Jurnal Paramurobi*, Vols. Vol. 1, No. 2, no. Vol 1 No 2 (2018): *Paramurobi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, pp. 1 - 16, 2018.
- G. D. Rembulan and F. Fensi, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha," *Jurnal Pengabdian & Kewirausahaan*, vol. Vol. 1 No. 1, no. Vol 1, No 1 (2017): *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, pp. 65 - 73, 2017.
- A. Fajri, "Peran Kewirausahaan Dalam Pembangunan Ekonomi," *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. Vol.7 No.2, no. Vol 7 No 2 (2021): Juni 2021, pp. 104 - 112, 2021.
- E. A. Hani and L. Rokhmani, "Analisis Pengetahuan kewirausahaan dan Jiwa Wirausaha Pada Siswa SMA Negeri 2 Malang," *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vols. Vol.11, No.1, no. Vol.11 No.2 Oktober 2018, pp. 20 - 28, 2018.
- H. Taan, "Pengaruh Inovasi produk dan harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo di Kota Gorontalo," *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. Vol 6 No 2, no. Vol 6 No 2 (2017): *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, pp. 148 - 158, 2017.
- C. Zurnali and A. Sujanto, "Pentingnya Green Human Resource Management pada Pentingnya Green Human Resource Management pada," *JURNAL INFOKAM*, Vols. Vol. XVI, No. 2, no. Nomor 2/Th. XVIII/September 2022, pp. 116 - 127, 2020.
- T. K. Njoto, "Pengaruh Desain Kemasan, Cita rasa, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah," *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vols. Volume 1, Nomor 4, no. Vol. 1 No. 4 (2016), pp. 455 - 463, 2016.
- M. A. S. W. Hastuti and M. Anasrulloh, "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, vol. Vol. 8 No. 2, no. Vol 8 No 2 (2020): *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, pp. 99 - 102, 2020..