

Konsep Diri Wirausahawan Perempuan di Era Milenial

Beby Rehan Fahira, Ani Yuningsih
Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
bebyfahira73@yahoo.com

Abstract—The context of global competition that is increasingly open, such as in this millennial era, has many challenges and obstacles, especially an entrepreneur. In this era women are also moved to become entrepreneurs, therefore a female entrepreneur is required to have readiness and self-confidence in carrying out a business activity that is undertaken. Likewise with the concept of self that cannot be separated from all activities carried out by humans because it includes characteristics inherent in the individual. Based on this phenomenon, the authors formulate the purpose of this study, namely, to determine the self-concept that exists in female entrepreneurs. This study uses a qualitative method with a phenomenological study approach and uses an interpretive paradigm. The data from this study were obtained through interviews with several female entrepreneurs in the city of Bandung, direct observations made by researchers, documentation, and literature studies. The results of this study indicate that female entrepreneurs in the city of Bandung have innovative thinking and positive self-concepts in themselves.

Keywords—*Self-concept, Entrepreneurship, Motivation, Millennial era, Women Entrepreneurs.*

Abstrak—Konteks persaingan global yang semakin terbuka seperti di zaman milenial ini banyak sekali tantangan serta hambatan yang dihadapi khususnya seorang entrepreneur. Pada era ini wanita pun tergerak untuk menjadi wirausahawan, maka dari itu seorang wirausaha perempuan dituntut memiliki kesiapan dan keyakinan diri dalam menjalankan suatu kegiatan usaha yang dijalani. Begitu juga dengan konsep diri yang tidak bisa lepas dari segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia karena termasuk karakteristik yang melekat pada diri individu. Berdasarkan fenomena tersebut, penulis merumuskan tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk mengetahui konsep diri yang ada pada wirausahawan perempuan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi dan menggunakan paradigma interpretatif. Data dari penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan beberapa wirausahawan perempuan yang berada di kota Bandung, observasi yang dilakukan oleh peneliti secara langsung, dokumentasi, serta studi pustaka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa wirausahawan perempuan di kota Bandung memiliki pemikiran inovatif serta konsep diri yang positif dalam diri mereka.

Kata Kunci—*Konsep diri, Wirausahawan, Motivasi, Era Milenial, Wirausahawan Perempuan*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan revolusi industri 4.0 sekarang ini menjadikan ekonomi kreatif di Indonesia menjadi kuat juga terus berkembang, seperti misalnya wirausaha. Wirausaha dapat diartikan sebagai seseorang yang dapat mendirikan suatu lapangan kerja untuk individu lainnya dengan berswada. Penjelasan ini memberikan asumsi apabila setiap individu yang memiliki kemampuan normal, dapat berwirausaha apabila memiliki keinginan dan kesempatan untuk mendalami dan mau berusaha (Santoso, 2013:16).

Wirausahawan sejatinya identik dengan pekerjaan laki-laki namun pada zaman sekarang ini para perempuan sudah banyak yang memberanikan diri untuk terjun ke dalam dunia usaha, hal ini dapat dikatakan bahwa gender bukanlah suatu alasan klasik untuk menghalangi perempuan agar dapat terus melangkah. Perempuan juga memiliki peran penting sebagai Agent of Change, tidak hanya di bidang pendidikan untuk keluarga, namun juga untuk peningkatan perekonomian kreatif negara. Dengan begitu para wanita di masa sekarang sudah mulai bergerak dalam mendirikan usaha yang mampu dijadikan tumpuan hidupnya.

Menurut Mastercard Index of Women Entrepreneurs (MIWE) pada 2018 oleh Mastercard Internasional indeks pengusaha perempuan di dunia yang tertinggi terdiri dari 10 negara dengan mayoritas berpenghasilan tinggi, dan entrepreneur wanita Indonesia masuk ke dalam peringkat ke-30 dengan skor 62,4. Selain itu, data wirausaha perempuan di kota Bandung yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik saat melakukan Survei Sosial Ekonomi Daerah (SUSEDA), menghasilkan bahwa jumlah perempuan berumur 10 tahun ke atas yang sedang menjadi wirausaha mengalami kenaikan jumlah pada setiap 3 tahun. Data yang dihasilkan menunjukkan pada tahun 2007 terdapat 58.876 orang wirausaha perempuan dan pada tahun 2013 menjadi 78.152 orang, hal ini dapat disimpulkan bahwa wanita di kota Bandung menjadikan bidang wirausaha menjadi salah satu pekerjaan utama mereka.

Fenomena yang terjadi saat ini di kehidupan masyarakat, yaitu wirausahawan perempuan di era milenial dituntut memiliki kesiapan dan keyakinan diri dalam menjalankan suatu kegiatan usaha, serta memiliki pemikiran yang kritis juga terbuka. Para wirausahawan perempuan kerap dihadapi pada situasi yang menuntut kemampuan diri untuk menangani permasalahan, seperti

penurunan pendapatan maupun kegagalan, persaingan usaha dikarenakan banyaknya kompetitor sukses dengan sumber daya manusia yang unggul dan inovatif. Oleh karenanya, seorang wirausahawan perempuan wajib bekerja keras, konsisten serta menekuni apa yang dikerjakan. Para pelaku usaha dianjurkan untuk *fighting*, hal inilah yang membentuk konsep diri dari seorang wirausahawan perempuan.

Upaya tersebut memahami dinamika kewirausahaan dalam segmen wirausahawan perempuan sangat penting dalam meningkatkan ekonomi yang berubah, terutama pada saat pandemi virus corona. Serta, meluncurkan perempuan milenial ke garis depan pada generasi mereka sebagai seorang pengusaha dengan bisnis yang memiliki *value*. Pada akhirnya, *stereotype* yang mengatakan bahwasanya peran dari seorang perempuan adalah pasif dan tidak asertif dapat di patahkan.

Penelitian ini mengeksplorasi kewirausahaan sebagai jalan pemberdayaan ekonomi bagi perempuan milenial, gaya hidup yang dapat mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha, serta menganalisis dan memberikan wawasan bagaimana konsep diri pada pengusaha perempuan sehingga mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi atau sebagai *agent of change*. Sebab, perempuan memiliki konsep diri yang tinggi tentang diri mereka sendiri dan mereka pun percaya pada kemampuan yang dimiliki dalam menyelesaikan tugas apapun, wanita tentu saja dapat menjadi unggul dalam berbisnis apabila mereka memiliki konsep diri yang positif. Oleh sebab itu, penting untuk mengetahui konsep diri, motivasi, cara mempresentasikan diri, serta hambatan yang mana akan mempengaruhi persepsi tentang kesuksesan berbisnis pada wirausahawan perempuan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka fokus penelitian ini yaitu: “Bagaimana Konsep Diri Wirausahawan Perempuan di Era Milenial?”. Dengan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui motivasi wirausahawan perempuan di era milenial dalam membangun usaha.
2. Untuk mengetahui makna diri wirausahawan perempuan
3. Untuk mengetahui upaya wirausahawan perempuan dalam mempresentasikan diri sebagai pengusaha
4. Untuk mengetahui hambatan yang dialami wirausahawan perempuan di era milenial.

II. METODOLOGI

Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2016:6) merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid sesuai dengan tujuan yaitu untuk menemukan, mengembangkan serta dapat dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan agar dapat memahami, memecahkan dan juga mengantisipasi masalah. Penelitian kualitatif memiliki tujuan yaitu agar mendapatkan pandangan secara menyeluruh terkait peristiwa berdasarkan kaca mata individu yang diteliti dan

berkaitan dengan suatu gagasan, pemikiran, opini serta keyakinan dari individu yang diamati serta hal-hal tersebut tidak dapat diukur dengan angka.

Penelitian tentang konsep diri wirausahawan perempuan di era milenial yang akan dilakukan oleh peneliti menggunakan metode kualitatif, metode kualitatif sering digunakan untuk sekelompok peneliti atau penulis dalam bidang ilmu sosial. Penelitian kualitatif dilakukan untuk memahami fenomena tentang apa yang sedang dialami oleh objek penelitiannya, seperti tingkah laku, pandangan, kemauan, keputusan, yang bertumpu pada latar belakang alamiah secara keseluruhan serta dengan cara menggambarkan dalam wujud makna maupun bahasa disituasi tersendiri dengan menggunakan beberapa macam teknik ilmiah (Moleong, 2012:6).

Sebagai disiplin ilmu, fenomenologi merupakan pendekatan penelitian yang mempelajari struktur dari pengalaman serta kesadaran. Dalam bukunya Kuswano (2009:22) dikatakan bahwa fenomenologi merupakan studi yang menyelidiki fenomena, misalnya suatu kejadian yang timbul didalam pengalaman hidup seseorang, variasi orang tersebut saat merasakan suatu kejadian serta suatu makna yang orang tersebut punyai dalam pengalamannya.

Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi sebab penelitian ini membahas konsep diri pada wirausahawan perempuan yang mana saat ini perempuan merupakan *agent of change* dalam dunia wirausaha. Dengan mengetahui pengalaman hidup orang tersebut maka dapat mengetahui konsep diri atau persepsi diri yang ada pada wirausahawan perempuan. Untuk dapat melihat bagaimana seorang wirausahawan perempuan dapat sukses dalam bisnis mereka, dapat dinilai melalui motivasi diri yang ada, cara mereka memaknai diri, mempresentasikan diri, serta hambatan yang dirasakan.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. *Motivasi Wirausaha Perempuan Di Era Milenial Dalam Membangun Usaha*

Pada penelitian ini, penulis menemukan ketiga informan memiliki motivasi yang berbeda dengan latar belakang yang berbeda pula mengenai alasan mereka ingin terjun ke dunia bisnis, hal tersebut dikarenakan motivasi akan timbul dengan adanya pemberian stimulus yang berawal dari kebutuhan pada diri sendiri maupun keluarga. Namun secara garis besar ketiga informan terjun ke dunia bisnis karena mereka ingin menyalurkan hobi mereka dan memiliki bakat untuk berbisnis. Wirausahawan perempuan yang memiliki motivasi yang tinggi akan mempunyai harapan untuk berhasil, memiliki sikap yang cenderung positif mengenai pencapaian dari tujuan mereka dan tidak akan terlalu memikirkan kemungkinan-kemungkinan yang belum tentu terjadi seperti takut untuk gagal.

Seseorang yang memiliki konsep diri yang positif memiliki kepercayaan diri dengan apa yang sedang dilakukan dan optimis dengan kemampuan yang ia miliki, hal tersebut dikarenakan mereka menyadari akan

kemampuan serta kelebihan yang mereka miliki dalam diri masing-masing. Ketiga nya juga merasa tidak keberatan untuk memulai menjadi wirausahawan sebab mereka berbisnis sesuai dengan passion mereka dibidang masing-masing. Mereka tidak merasa tersaingi sebab mereka mengatakan bahwa mereka memiliki target pasar masing-masing serta sudah menghasilkan keuntungan dari bisnisnya.

Ketiga wirausahawan perempuan yang sedang diteliti memiliki motivasi yang selalu unggul dan juga yakin dalam mengerjakan sesuatu, mereka tidak takut gagal melainkan selalu berusaha untuk menjadi lebih baik lagi. Serta dengan mereka memiliki motivasi dalam berusaha dengan penuh keyakinan untuk berhasil maka hal tersebut dapat mendukung faktor-faktor lain dalam pencapaian hidup mereka dan akan memandang suatu hambatan menjadi sesuatu yang dapat diatasi serta membuat wirausahawan perempuan meningkatkan motivasi dalam diri mereka.

Pada teori Johari window ketiga informan memiliki konsep open self, sebab ketiga informan memiliki keterbukaan mengenai sifat, perilaku serta motivasi yang ada dalam diri mereka. Dengan begitu, seseorang yang mempunyai konsep diri positif akan mempersiapkan tujuan-tujuan yang sesuai dengan realitas, seperti tujuan yang mempunyai kemungkinan besar untuk dicapai serta berani untuk menghadapi kehidupan dimasa depan serta memiliki pandangan bahwasanya hidup merupakan suatu proses penemuan.

B. Makna Diri Wirausahawan Perempuan

Mulyana (dalam Fratama & Sari, 2017:9) menuturkan bahwasanya kata tidak memiliki makna melainkan orang yang memberikan makna dikarenakan kata dapat membangunkan makna dalam persepsi orang. Dengan begitu, dalam pembentukan makna diri tersebut adanya pengaruh dari pandangan orang lain maupun peran orang lain. Hal tersebut seperti yang sudah dikatakan oleh Mead bahwasanya individu akan menyadari dirinya setelah individu tersebut menjalin sebuah interaksi sosial yang kemudian akan membentuk pemahaman antar sesama atau intersubjektivitas serta pemahaman mengenai dirinya sendiri. Dalam pandangan teori interaksionisme simbolik mengenai konsep diri, individu mengembangkan konsep yang ada pada dirinya dengan cara berinteraksi dengan individu lainnya melalui komunikasi. Para wirausahawan perempuan dapat memaknai diri mereka seiring berjalannya waktu karena mereka terus melakukan kegiatan berbisnis serta dengan interaksi sosial yang terjadi seperti interaksi dengan keluarga, interaksi dengan teman serta interaksi dengan customer.

Sebelum ketiga subjek menjadi wirausahawan, subjek I, II dan III mengatakan bahwa makna diri atau perseptual akan diri mereka memanglah seperti yang sudah disebutkan diatas. Namun, setelah terjun langsung ke dunia bisnis dan adanya pengalaman berinteraksi dengan orang disekitarnya, membuat ketiga subjek semakin mengenali makna diri mereka masing-masing. Hal tersebut menunjukkan bahwa

adanya “simbol-simbol” yang menjadi kunci untuk memahami kehidupan atau diri para wirausahawan perempuan. Sebab dalam interaksi simbolik, manusia mengartikan atau menerjemahkan tindakannya baik itu saat berinteraksi dengan diri sendiri maupun dengan orang lain.

Ketiga subjek mengatakan bahwa berwirausaha bukanlah main-main, berwirausaha memiliki risiko yang besar maka dari itu untuk memulai terjun ke dalam dunia ini mereka membutuhkan sesuatu pegangan dalam diri mereka sendiri. Dapat disimpulkan bahwa makna diri yang ada dalam diri ketiga informan tersebut dominan positif dikarenakan mereka memaknai diri mereka sebagai orang yang berani, gigih, berkomitmen serta mandiri. Individu dengan konsep diri yang positif mampu untuk mengenal, memahami serta menerima dirinya dengan baik dan mampu mendeskripsikan diri mereka dengan percaya diri baik secara verbal maupun nonverbal. Mereka tentu saja akan akan memikirkan pikiran, perasaan serta perilaku diri seperti apa tanpa harus meratapi diri mereka sendiri.

C. Upaya Wirausahawan Perempuan Dalam Mempresentasikan Diri Sebagai Pengusaha

Goffman menuturkan presentasi diri (self presentation) sebagai impression management (manajemen kesan), sebab menurutnya dunia merupakan panggung sandiwaranya bagi makhluk hidup yang ada di dalamnya seperti misalnya seseorang yang selalu mengatur sesuatu yang akan dilakukan ketika berhadapan dengan seseorang (saat berinteraksi). Hal tersebut dilakukan agar mendapatkan citra yang baik di mata orang lain. Individu yang memiliki konsep diri positif akan lebih stabil dalam mempresentasikan dirinya kepada orang lain, dan memiliki kepercayaan diri serta lebih dapat merealistiskan diri mereka yang mana hal tersebut membuat individu akan tidak terlalu menampilkan ideal self nya. Gonzales (dalam skripsi Susandi, 2014) mengatakan seseorang yang memiliki presentasi diri yang positif akan menampilkan identitas sosial yang berbanding lurus dengan kondisi yang sebenarnya terjadi, dan hal tersebut selaras dengan ketiga informan.

Pada teori Johari Window, setiap individu memiliki 4 sel yang ada dalam dirinya, dimana masing-masing sel tersebut menunjukkan daerah diri individu tersebut dari yang terbuka, yang mana masing-masing sel memiliki makna yang berbeda-beda. Subjek I dan II memiliki wilayah hidden self, yang mana mereka tidak terlalu mem-branding image mereka sebagai wirausahawan, baik di sosial media maupun dunia nyata. Namun subjek I dan II tidak sepenuhnya memiliki hidden self, melainkan diri mereka berada pada wilayah over disclosed. Over disclosed memiliki pengertian bahwa seseorang banyak menceritakan rahasianya, sehingga kemungkinan hidden self lebih kecil dan hal tersebut membuat orang tersebut berada di wilayah terbuka atau open Self.

Sedangkan subjek III memiliki wilayah open self pada dirinya, sebab ia sangat terbuka mengenai dirinya sendiri, open self sangat dibutuhkan oleh Shafa sebab selain

berbisnis ia juga seorang model. Seseorang dengan open self akan memudahkan komunikasi yang terjadi dan akan terciptanya komunikasi yang efektif, serta orang dengan open self memiliki kepercayaan diri yang sangat baik. Subjek I, II, dan III memiliki konsep diri positif dalam mempresentasikan dirinya seperti menunjukkan diri mereka tanpa harus berusaha menampilkan citra ideal diri mereka yang seharusnya tidak dibutuhkan, ketiga informan sangat menerima serta menghargai diri mereka sendiri dengan apa adanya, dan mampu untuk mengontrol diri mereka secara positif.

D. Hambatan Yang Dialami Wirausahawan Perempuan Di Era Milenial

Hambatan dalam dunia bisnis bukanlah suatu penghalang bagi wirausahawan perempuan untuk terus berkarya, bahkan wirausahawan perempuan merasa tertantang untuk mendalami dunia wirausaha. Wirausahawan perempuan memandang suatu hambatan sebagai sesuatu yang dapat mereka atasi dan selesaikan serta akan lebih jauh lagi dalam meningkatkan motivasi dalam diri wirausahawan perempuan tersebut. Wirausahawan perempuan ingin memberikan value dalam bisnis mereka, mereka tidak hanya ingin menjual produk namun ingin memiliki nilai dari brand yang sedang mereka jalankan sekarang ini. Hal tersebut merupakan salah satu alasan ketiga informan untuk terus melakukan moving forward walaupun mereka harus mengalami kegagalan ataupun hambatan.

Mead (dalam Muzakki, 2010:109) menjelaskan ada 4 tahapan dalam bertindak. Tahap impuls yaitu rangsangan diri para wirausahawan perempuan terkait hambatan yang dialami, kemudian tahap persepsi dimana tahap ini para wirausahawan perempuan merespon hambatan yang dialami atau bereaksi dengan impuls, selanjutnya tahap manipulasi yaitu tahap saat para wirausahawan perempuan mulai mengambil tindakan yang berkenan dan yang terakhir merupakan tahap penyelesaian, artinya pada tahap ini para wirausahawan perempuan sudah memutuskan untuk mengambil tindakan untuk memuaskan impuls semula.

Ketiga informan menunjukkan passion, gairah, serta kecintaan mereka dalam menjalankan profesi serta menyalurkan hobi mereka sebagai wirausahawan perempuan dan dengan begitu apabila adanya terjadi risiko kegagalan dalam berbisnis hal tersebut tidak membuat ketiga subjek penelitian merasa jera untuk bergelut ke dalam dunia bisnis. Mereka akan memikirkan strategi apa yang harus diterapkan selanjutnya agar dapat terus maju dan dapat mengembangkan bisnis mereka, dan hal tersebut selaras dengan teori transformasi pada kewirausahaan yang mana para pelaku usaha akan merubah stigma risiko menjadi sebuah kesuksesan yaitu dengan memikirkan langkah strategi yang kreatif juga inovatif (Ardiansyah, 2018:176). Serta dapat disimpulkan bahwa ketiga informan memiliki konsep diri yang positif, sebab individu dengan konsep diri positif akan memiliki keyakinan dalam mengatasi suatu masalah seperti yang ditunjukkan oleh

subjek I, II dan III.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan temuan penelitian diatas, maka peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Seseorang yang memiliki konsep diri positif memiliki motivasi yang unggul, kepercayaan diri dan optimis dengan kemampuan yang mereka miliki, hal tersebut terdapat didalam diri para wirausahawan perempuan di kota Bandung. Motivasi mereka menjadi seorang wirausaha salah satunya adalah faktor hobi dalam berbisnis serta faktor finansial.
2. Para wirausahawan perempuan di kota Bandung memiliki makna diri yang positif, mereka dapat mengenali serta menerima diri mereka sendiri. Seorang wirausaha perempuan dengan tingkat konsep diri yang positif tentu saja dapat mendeteksi jati dirinya dan memiliki kepercayaan diri untuk dapat mengembangkan kemampuan yang ia miliki.
3. Presentasi diri para wirausahawan perempuan di kota Bandung yaitu menampilkan presentasi real person atau mempresentasikan diri mereka secara realistis tanpa harus menampilkan ideal self yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Mereka mempresentasikan dirinya sebagai wirausahawan perempuan dengan presentasi diri yang positif.
4. Hambatan yang dialami tergantung dengan jenis usaha yang dijalani dan dengan konsep diri positif yang mereka miliki maka para wirausahawan perempuan sudah menyiapkan diri mereka dengan hambatan serta risiko yang akan mereka alami nanti kedepannya juga akan menerima hal tersebut dengan lapang dada.

ACKNOWLEDGE

Alhamdulillahirobbil'aalamiin, puji syukur penulis ucapkan kepada kehadirat Allah SWT, yang senantiasa memberi hidayah pada setiap hamba-nya. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bantuan, arahan, serta dorongan motivasi. Penulis menyadari bahwasanya penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan serta kesalahan yang penulis lakukan.

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pihak yang terlibat. Akhir kata, atas segala bantuan dan bimbingan dari semua pihak penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan serta dan membalas kebaikan yang kalian berikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Effendy, O. U. 2007. Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [2] Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [3] Mulyana, Deddy. 2011. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [4] Santoso, D. (2013). Modul Pembelajaran Kewirausahaan. Jakarta: Direktorat Jendral Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan.
- [5] Susanti, B.M. 2000. "Penelitian Tentang Perempuan Dari Pandangan Androsen ke Perspektif Gender". Dalam EKSPRESI Dari Bias Lelaki menuju Kesetaraan Gender Jurnal ISI Yogyakarta.
- [6] Ahmadi, Dadi. 2008. Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar. MediaTor. Vol.9, No.2 (307-311)
- [7] Ardiansyah, Tedy. 2018. Perspektif Tingkat Kemampuan dan Transformasi Wirausahawan Merubah Risiko Menjadi Sukses Berwirausaha. Universitas Indraprasta PGRI. Vol.10, No.2. (168-176)
- [8] Nuria Gonzalez-Alvarez, Vanesa Solis-Rodriguez. (2011). Discovery of entrepreneurial opportunities: a gender perspective. Industrial Management & Data Systems. Vol. 111, No. 5 (755-775)
- [9] Scheepers, M.J. (2008). Entrepreneurial Mindset of Information and Communication Technology Firms. Departement of Business Management. Vol.10 (4)
- [10] Stephanie Jill Najon, dkk. (2011). Transformasi Sebagai Strategi Desain. Media Matrasain. Vol.8, No.2 (120)
- [11] Yose Fratama, Genny S.S. 2017. Makna Diri Rescuer pada Badan Search and Rescue Nasional Kantor Sar Pekanbaru. JOM FISIP. Vol.4, No.2.
- [12] Susandi, Dila O.C. (2014). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Presentasi Diri pada Pengguna Jejaring Sosial Facebook [skripsi]. Surakarta (ID): Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [13] Novilini, Olga Puspa, Hernawati, Riza. (2021). *Opini Member Mengenai Personal Selling Sales Moka Pos dalam Memasarkan Produk*. Jurnal Riset Public Relation, 1(1). 1-7