

SISTEM PEMASARAN OPTIMAL MEUBEL KAYU KELAPA BERDASARKAN SEGMENTASI PASAR, SEGMENTASI SPASIAL, DAN PEMBERDAYAAN PENGRAJIN LOKAL DALAM USAHA MANUFAKTUR BERSKALA MENENGAH

**Celcius Talumingan¹, Eyverson Ruauw²,
Ellen Grace Tangkere,³ Audrey Julia Maria Maweikere,⁴**

¹*ctalumingan@gmail.com*, ²*eyversonr@yahoo.com*
³*ellentangkere@gmail.com*, ⁴*audreymaweikere@gmail.com*

^{1,2,3,4}*Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi*

ABSTRAK

Meubel kayu kelapa merupakan produk olahan penting pertanian Sulawesi Utara, sebab kapasitas produksi kelapa tinggi dan potensi pasar mencapai mancanegara. Namun sistem pemasarannya belum banyak dipelajari sehingga pengembangan usaha manufaktur yang ada terbatas. Selain itu, pemberdayaan pengrajin lokal dalam upaya pemasaran hampir tidak pernah diinvestigasi. Penelitian ini bertujuan untuk menilai sistem pemasaran kayu kelapa berdasarkan segmentasi pasar, segmentasi spasial, dan pemberdayaan pengrajin lokal dalam suatu usaha manufaktur meubel kayu kelapa berskala menengah. Pelaksanaannya bertempat di Balai Latihan Pendidikan Teknik GMIM Kaaten, Tomohon. Variabel yang diteliti mencakup angka penjualan selang Januari 2016 – Juni 2018 sebagai outcome; kategori pembeli (perorangan vs institusi/kantor), jenis meubel (meja, kursi, lemari, atau lainnya), dan cara pengiriman (dikirim vs ambil sendiri) sebagai variabel-variabel segmentasi pasar; wilayah geografi (Tomohon, Manado, Minahasa, atau lainnya) dan jarak alamat pengiriman selaku variabel-variabel segmentasi spasial; dan, jumlah pekerja lokal serta rasionya terhadap lama hari pengerjaan merepresentasikan pemberdayaan pengrajin lokal. Dari perspektif sistem, variabel-variabel ini dianggap mewakili unsur input, proses, dan output. Analisis multivariat dari determinan angka penjualan dilakukan dengan regresi Poisson *generalized linear model*. Optimasi model menggunakan pendekatan iteratif berbasis *maximum likelihood estimation*. Hasil analisis terhadap 285 transaksi penjualan selang periode acuan menunjukkan bahwa jenis meubel meja (vs lainnya), pemasaran via pengiriman (vs ambil sendiri) dan peningkatan jumlah pengrajin lokal cenderung meningkatkan angka penjualan. Sebaliknya, kenaikan rasio pekerja terhadap lama hari dan pemasaran produk pada wilayah geografi tertentu (Tomohon vs daerah lain) kelihatannya justru menurunkan angka penjualan meubel kayu kelapa. Rekomendasi langkah selanjutnya didiskusikan dalam laporan ini.

Kata Kunci: *meubel kayu kelapa, sistem pemasaran, Sulawesi Utara, regresi Poisson GLM*

PENDAHULUAN

Tanaman khas atau produk unggulan Sulawesi Utara salah satunya adalah kelapa. Kelapa dikembangkan di kawasan pesisir. Produk kelapa yang banyak dan merupakan salah satu komoditi unggulan layak dikembangkan disebabkan dilihat dari sisi ekonomi sangat bernilai. Data dari Dirjen Perkebunan tahun 2017 luas areal kelapa di Indonesia 3,65 juta hektar. Berbagai permasalahan yang ada diantaranya: terjadinya alih fungsi lahan, produktivitas belum optimum, hama dan penyakit, kelembagaan dan kemitraan, pembiayaan, Tata niaga. Menurut data dinas perkebunan Sulawesi Utara, pada tahun 2011 tercatat luas areal tanaman kelapa seluas 267.350,79 ha. Pemanfaatan kelapa untuk produk rumah tangga dan industri yang telah banyak kita jumpai antara lain minyak kelapa, kopra, obat-obatan, makanan, pohon ini juga dapat menghasilkan berbagai macam produk yang berasal dari bagian batangnya seperti untuk membangun rumah, dan meubel. Pemanfaatan produk kelapa untuk meubel masih jarang di jumpai padahal dapat memberikan penghasilan yang besar atau dengan kata lain pasar potensial.

Pemasaran produk dari industri skala kecil dan menengah atau berbasis masyarakat cenderung masih bersifat tradisional. Menurut Kotler (2003), saat ini terdapat dua jenis pemasaran, pemasaran tradisional dan pemasaran modern. Pemasaran modern telah mengambil alih pemasaran tradisional karena menekankan pada konsep pengalaman pelanggan dan experiential marketing. Kotler (2003) juga menyebutkan bahwa saat ini semakin banyak merek atau perusahaan yang mengembangkan citra non rasional ini. Bila pemasaran tradisional berfokus pada fitur produk dan benefitnya, pemasaran modern berfokus pada pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Cakupannya juga berbeda. Bila pemasaran tradisional cakupannya sempit karena berfokus pada produk dan konsumsi, tanpa analisis berbasis bukti perihal karakteristik pasar. Pemasaran modern menekankan pada situasi dan suasana mengkonsumsi secara lebih luas dalam konteks sosial budaya. Ini karena pemasar modern melihat bahwa model keputusan pembelian konsumen sekarang lebih bersifat emosional. Inilah yang membuat pendekatan pemasarannya menjadi berbeda. Bila dalam pemasaran tradisional pendekatannya lebih pada hal-hal yang bersifat analitis, verbal dan kuantitatif, maka pendekatan pemasaran modern lebih pada hal-hal yang sifatnya visual intuitif meski tetap memperhatikan hal-hal yang verbal dan elektik.

Segmentasi pasar adalah hal yang essential dalam pemasaran produk. Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda.

Perkembangan system informasi geografis saat ini telah memungkinkan pengembangan pasar yang memperhitungkan ruang geografi (spasial). Pemanfaatan informasi spasial untuk penentuan system pemasaran yang optimal masih jarang di teliti.

Pemberdayaan tenaga kerja bukan hanya isu penting dalam rana sosial dan etika tapi juga dalam bidang ekonomi. Menurut UU No. 13 tahun 2003 Bab I pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Lebih khusus lagi pemberdayaan tenaga kerja memungkinkan intensivikasi dan ekstensivikasi penjualan hasil produk. Namun pada kenyataannya penelitian terhadap pemberdayaan tenaga kerja (pengrajin lokal) yang berbasis masyarakat masih sangat jarang dilakukan.

METODE PENELITIAN

Desain, Tempat, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini didesain sebagai suatu survey retrospektif, di mana dilakukan melalui pengumpulan informasi komprehensif penjualan meubel pada setiap minggu hingga bulan dalam 3 tahun terakhir. Fokus kepada faktor-faktor yang berkaitan dengan segmen pasar, ukuran spasial, dan pemberdayaan pengrajin, selain data pemasaran hasil produksi meubel. Data dari survey tersebut kemudian digunakan dalam serangkaian analisis statistik untuk menentukan sistem pemasaran yang optimal. Penelitian dilaksanakan di Kota Tomohon sebagai salah satu pusat utama industri meubel kayu kelapa di Sulawesi Utara. Aktivitas pengambilan data akan dipusatkan pada Balai Latihan Pendidikan Teknik (BLPT) GMIM Kaaten Tomohon. BLPT merupakan unit usaha manufaktur berskala menengah, di mana hasil produksi meubelnya telah dipasarkan juga ke pasar mancanegara. Penelitian direncanakan berlangsung antara bulan Juni 2018 hingga september 2018, dengan total waktu kurang lebih 12 bulan sampai pada pelaporan akhir.

Metode Pengumpulan Data

Data akan dikumpulkan melalui penelusuran dokumen BLPT GMIM Kaaten Tomohon yang mencatat rincian terhadap 285 transaksi penjualan meubel dari Januari 2016 sampai Juni 2018. Semua informasi relevan dibuat ke dalam suatu tabel induk penelitian. Data pembeli meubel yang berhubungan dengan segmen pasar dan informasi spasial akan diidentifikasi, data pengrajin berjumlah 40 orang terutama yang menyangkut upaya pemberdayaan mereka. Proses identifikasi ini akan memungkinkan penentuan variabel-variabel penelitian yang belum sesuai dengan definisi operasional ataupun belum dalam bentuk siap analisis. Semua variabel penelitian pada tabel induk selanjutnya digandakan ke spreadsheet software statistik untuk keperluan analisis. Analisis akan dilakukan pada level unit meubel yang terjual dan kemudian pada setiap satuan waktu.

Variabel dan Definisi Operasional

Variabel yang diteliti mencakup angka penjualan selang Januari 2016- Juni 2018 sebagai outcome. Variabel-Variabel Segmentasi Pasar:

1. Kategori Pembeli (Perorangan vs Institusi/kantor)
2. Jenis Meubel (Meja, Kursi, lemari, Tempat tidur, lainnya)
3. Cara Pengiriman (Dikirim vs ambil sendiri)

Variabel-variabel Segmentasi Spasial :

4. Wilayah Geografi (Tomohon, Manado, Minahasa, atau lainnya)
5. Jarak Alamat Pengirim

Variabel pendukung lainnya Termasuk dalam Pemberdayaan Pengrajin Lokal ;

6. Jumlah Pekerja Lokal serta Rasio terhadap lama hari Pengerjaan.

Pada setiap unit meubel yang terjual akan dicatat waktu penjualan, tipe meubel, jenis pesanan, alamat pembeli, perkiraan jarak antara BLPT dan pembeli, dan cara pengiriman. Tipe meubel, seperti meja-kursi makan, meja kantor, kursi tamu, dan lain sebagainya, akan ditentukan berdasarkan data; hal ini untuk mencegah penggolongan yang mungkin tidak sesuai dengan keadaan di lapangan. Jenis pesanan dibedakan atas rumah/perorangan dan kantor. Alamat pembeli adalah wilayah geografi yang disesuaikan dengan teritorial pemerintahan, dengan

catatan bahwa penjualan di luar wilayah Provinsi Sulawesi Utara akan dibedakan atas ekspor dalam negeri dan ekspor luar negeri.

Perkiraan jarak antara BLPT dan pembeli akan ditentukan dengan bantuan software spasial; untuk meminimalkan kekeliruan penghitungan, jarak tersebut akan diukur sebagai kategori ordinal. Seperti halnya penggolongan wilayah geografi, jarak yang sangat jauh (yang kemungkinan transaksinya juga sangat minim) hanya akan diukur sebagai satu kategori. Cara pengiriman meubel kepada pemesan akan dibagi menjadi: diantar (deliver) atau diambil sendiri (pick up).

Variabel diukur untuk setiap satuan waktu penjualan (minggu, bulan, triwulan) mencakup kuantitas penjualan, kuantitas pembeli menurut jenis pesanan, wilayah geografi, dan perkiraan jarak, serta jumlah pengrajin yang terlibat dan waktu pelatihan mereka selama satuan waktu tersebut. Semua variabel kuantitas akan berskala numerik. Jumlah pengrajin dan waktu pelatihan juga akan berskala numerik, terkecuali data mengharuskan variabel-variabel tersebut diubah menjadi kategori

Analisis Statistik

Prosedur classification and regression tree analysis (CART) akan digunakan untuk pengelompokan lebih lanjut faktor-faktor yang berhubungan dengan kuantitas penjualan menurut satuan waktu.

Analisis pada tahap ini akan dilakukan secara terpisah bagi variabel-variabel yang mencerminkan segmen pasar, segmen spasial, dan pemberdayaan pengrajin. Hasilnya akan menjadi landasan pemodelan regresi pada tahap selanjutnya. Lebih khusus lagi, variabel-variabel hasil olahan CART akan menjadi prediktor model regresi terhadap kuantitas penjualan menurut satuan waktu.

Analisis Multivariat dari determinan angka penjualan dilakukan dengan regresi Poisson generalized linear Model. Optimasi model menggunakan pendekatan Iteratif berbasis maximum likelihood estimation.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Deskripsi Balai Latihan Pendidikan Teknik (BLPT) Kaaten Tomohon**

Balai latihan pendidikan teknik (BLPT) Kaaten adalah tempat pelatihan dan pendidikan dan juga tempat produksi serta pemanfaatan bahan-bahan alami yang ada, serta pemanfaatan pohon kelapa yang sudah tidak produktif lagi untuk bahan meubel, bangunan dan souvenir. BLPT kaaten diresmikan pada tanggal 5 februari 1992. BLPT kaaten sendiri berada di bawah naungan Gereja Masehi Injili di Minahasa. Lokasi BLPT ini berada jalan Raya Tomohon-Tondano Minahasa. BLPT ini memiliki Karyawan dan memproduksi bahan meubel, bangunan serta Souvenir. Jumlah karyawan di BLPT Kaaten yaitu empat puluh orang yang tersebar pada jenis profesi dan jabatan yang berbeda. Profesi dan jabatan yang terbanyak tersebar pada bagian persiapan (Tujuh orang), kemudian bagian Finishing dan meubel (enam orang) dan bagian bangunan sebanyak empat orang. Bagian ruang mesin dan bagian barang kecil sebanyak tiga orang dan bagian mekanik terdapat dua orang.

Tabel 2. Gambaran Jumlah dan Profesi Karyawan BLPT kaaten

No	Profesi Jabatan	Jumlah (orang)	Persentasi
1	Operasional	1	2.5
2	Administrasi Keuangan	1	2.5
3	Produksi	1	2.5
4	Personalia	1	2.5
5	Marketing	1	2.5
6	Persiapan	7	17.5
7	Ruang Mesin	3	7.5
8	Meubel	6	15
9	Bangunan	4	10
10	Finishing	6	15
11	Pendidikan	1	2.5
12	Barang Kecil	3	7.5
13	Mekanik	2	5
14	Gudang	1	2.5
15	Gudang Meubel	1	2.5
Jumlah		40	100

Sumber : Hasil olahan data sekunder (2018)

Penjualan Meubel Kayu Kelapa Selang Waktu Tahun 2016 sampai 2018

Terdapat 285 transaksi penjualan antara Januari 2016 dan Juni 2018. Angka transaksi kasar (crude transaction rate) per semester pada periode dua setengah tahun ini tercatat 57 penjualan dengan deviasi 5 penjualan. Perlu dicatat bahwa perhitungan ini tidak memperhitungkan kategori konsumen dan produk mebel yang dibeli. Tidak tampak perubahan berarti dalam segmen pembeli dan jenis produk di sepanjang periode tersebut. Deskripsi penjualan Meubel kayu kelapa dapat di gambarkan dalam tabel 3.

Tabel 3. Deskripsi Penjualan Mebel Kayu Kelapa Periode Januari 2016 hingga Juni 2018, dalam n (%) dan Median (Q1- Q3)

Variabel	2016 (n = 124)		2017 (n = 107)		2018 (n = 54)		pa
	n	%	n	%	n	%	
Jenis Pelanggan							
Kantor/Institusi	45	36.3	32	29.9	18	33.3	0.594
Perorangan	79	63.7	75	70.1	36	66.7	
Jenis Mebel							
Meja	35	28.2	42	39.3	16	29.6	0.597
Kursi	74	59.7	52	48.6	29	53.7	
Lemari	8	6.5	7	6.5	4	7.4	
Lainnya	7	5.6	6	5.6	5	9.3	
Cara Pengiriman							
Ambil Sendiri	24	19.4	14	13.1	12	22.2	0.277
Dikirim	100	80.6	93	86.9	42	77.8	
Alamat Pelanggan							
Tomohon	36	29.0	29	27.1	19	35.2	0.032
Manado	22	17.7	34	31.8	9	16.7	
Minahasa	13	10.5	17	15.9	9	16.7	
Lainnya	53	42.7	27	25.2	17	31.5	
Jarak Pengiriman (km)	30.3	(6.6-54.5)	24.8	(6.1-34.5)	24.0	(7.3-47.8)	0.334
Jumlah Pengrajin Lokal	11.0	(10.0-12.0)	11.0	(10.0-12.0)	11.0	(10.0-12.0)	0.149
Rasio Jumlah Pekerja dan Lama Hari Kerja	0.61	(0.50-0.69)	0.73	(0.57-0.83)	0.57	(0.46-0.77)	0.001

CATATAN: Q1 kuartil 1 (25% data); Q3 kuartil ketiga (75% data). a Nilai p berdasarkan uji Fisher's Exact untuk variabel kategori dan uji Kruskal-Wallis untuk variabel numerik.

Tabel 3); dalam tabel menjelaskan tujuh variabel yang membedakan dari segmentasi pasar; menyangkut Variabel jenis pelanggan, jenis meubel, dan cara pengiriman, segmentasi spasial; (geografi) menyangkut variabel alamat pelanggan dan jarak pengiriman (km), sumberdaya lokal menyangkut; jumlah pengrajin lokal dan rasio jumlah pekerja terhadap lama hari pekerja. Dari hasil ternyata konsumen individu bukannya institusi yang terus mendominasi transaksi,

sedangkan menyangkut jenis mebel yang dijual maka meja dan kursi set adalah produk penjualan utama. Secara geografis, pesanan cenderung datang dari Tomohon karena daerah ini dekat dengan lokasi pembelian dan Manado yang merupakan ibukota dari Propinsi Sulut sebagai kota yang ramai dan basis dalam perekonomian daerah, dua kota besar utama yang bersebelahan di Sulawesi Utara. Meskipun di tahun 2016 sejumlah besar transaksi berhasil dibuat dengan pembeli dari luar daerah tersebut. Median jarak pengiriman tampak tidak berbeda sepanjang periode waktu itu. Dalam hal pemberdayaan pengrajin lokal, distribusi pekerja tidak memperlihatkan trend waktu. Sementara itu, rasio pengrajin lokal dan jumlah hari kerja terlihat berfluktuasi dalam dua setengah tahun terakhir. Terlihat berfluktuasi disebabkan karena BLPT ini mempunyai dua fungsi yaitu melatih dan mempekerjakan pengrajin lokal, sehingga perlu waktu dalam meningkatkan jumlah pekerja yang terampil. Hal tersebut juga mempengaruhi jumlah hari kerja karena ada yang masih dalam tahap pelatihan.

Analisis Hasil Pemasaran Meubel Kayu Kelapa

Hasil pemasaran dari meubel kayu kelapa di analisis dengan menggunakan model regresi poisson dalam angka penjualan. Hasil analisis dapat di deskripsikan dalam model tabel 4. Tabel ini menunjukkan regresi Poisson. Dalam model sederhana atau univariat, hampir seluruh variabel memperlihatkan hubungan bermakna dengan outcome angka penjualan, kecuali jenis konsumen. Hasil-hasil ini tidak hanya menjadi dasar bagi analisis multivariat pada langkah selanjutnya, tapi mereka juga memberikan gambaran seberapa besar angka penjualan dapat diharapkan berubah bila pengaruh faktor lain diabaikan. Dalam hal ini misalnya, setiap tambahan pengrajin lokal dalam proses produksi sebuah mebel yang akan dijual terlihat cenderung meningkatkan angka penjualan sebesar 1.27 (95% CI 1.18, 1.37, $p < 0.001$). Sebaliknya, model regresi multivariat menunjukkan bahwa kategori produk, cara pengiriman, lokasi geografis konsumen, jumlah pengrajin lokal, dan rasio pengrajin lokal terhadap lama hari kerja dalam pembuatan mebel, ternyata merupakan variabel-variabel yang berhubungan bermakna dengan angka penjualan, bahkan setelah kehadiran variabel-variabel lain diperhitungkan. Kekuatan hubungan mereka dalam model multivariat sebagaimana diperlihatkan nilai adjusted RR terlihat cukup mirip dengan perkiraan dari model univariat untuk kebanyakan variabel.

Tabel 4. Model Regresi Poisson untuk Angka Penjualan, dalam Rate Ratio dan Interval Kepercayaan 95% (RR, 95% CI)

Variabel	Regresi Sederhana		Regresi Multivariabel	
	RR (95%CI)	p	RR (95%CI)	p
Jenis Pelanggan				
Kantor/Institusi (Referensi)	1.00		1.00	
Perorangan	1.23 (0.96 , 1.57)	0.098	1.29 (0.92 , 1.81)	0.142
Jenis Mebel				
Meja (Referensi)	1.00		1.00	
Kursi	1.85 (1.43 , 2.40)	< 0.001	1.18 (0.81 , 1.71)	0.398
Lemari	0.56 (0.34 , 0.91)	0.020	0.59 (0.35 , 0.99)	0.044
Lainnya	0.36 (0.22 , 0.60)	< 0.001	0.66 (0.38 , 1.16)	0.146
Cara Pengiriman				
Ambil Sendiri (Referensi)	1.00		1.00	
Dikirim	1.67 (1.23 , 2.26)	0.001	1.52 (1.07 , 2.16)	0.018
Alamat Pelanggan				
Tomohon (Referensi)	1.00		1.00	
Manado	0.81 (0.58 , 1.11)	0.192	0.64 (0.43 , 0.96)	0.031
Minahasa	0.77 (0.53 , 1.13)	0.186	0.57 (0.37 , 0.89)	0.013
Lainnya	1.44 (1.08 , 1.93)	0.014	0.45 (0.21 , 0.99)	0.046
Log Jarak Pengiriman	1.10 (1.05 , 1.16)	< 0.001	1.15 (1.00 , 1.31)	0.052
Jumlah Pengrajin Lokal	1.27 (1.18 , 1.37)	< 0.001	1.25 (1.12 , 1.41)	< 0.001
Rasio Jumlah Pekerja dan Lama Hari Kerja	0.30 (0.18 , 0.50)	< 0.001	0.20 (0.09 , 0.45)	< 0.001

Namun sejumlah kecil variabel nilai RR-nya cukup berubah baik dalam magnitude maupun kualitas bila dibandingkan dengan model univariat. Hal ini terutama terlihat pada transaksi dengan konsumen yang berasal dari daerah di luar Tomohon, Manado, dan Minahasa, yang dalam model univariat sepertinya meningkatkan angka penjualan (RR 1.44, 95% CI 1.08, 1.93, $p = 0.014$) bila dibandingkan dengan transaksi yang dibuat antara BPLT dan pembeli lokal Tomohon; tetapi model multivariabel justru menunjukkan bahwa pilihan tersebut justru menurunkan penjualan sebesar kurang lebih 55% (RR 0.45, 95% CI 0.21, 0.99, $p = 0.046$) setelah efek variabel-variabel lain dikontrol.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Hasil analisis terhadap 285 transaksi penjualan menunjukkan bahwa jenis meubel meja (vs lainnya), Pemasaran via pengiriman (vs ambil sendiri) dan peningkatan jumlah pengrajin lokal cenderung meningkatkan angka penjualan.
2. Kenaikan Rasio pekerja terhadap lama hari dan pemasaran produk pada wilayah geografi tertentu (Tomohon vs daerah lain) kelihatannya justru menurunkan angka penjualan meubel kayu kelapa.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dapat dikemukakan beberapa saran dapat bermanfaat bagi pengusaha manufaktur berskala menengah Meubel kayu Kelapa BLPT Tomohon yaitu:

1. Pihak pengusaha lebih memfokus peningkatan produktivitas meubel meja, diupayakan intensitas penyaluran barang via pengiriman langsung ke konsumen, serta perlu peningkatan jumlah pengrajin dengan cara menambah dan melatih tenaga pengrajin lokal.
2. Sebaiknya pekerja dalam melakukan pekerjaan dengan waktu yang tidak terlalu lama sehingga bisa meningkatkan transaksi pemasaran

DAFTAR PUSTAKA

https://id.wikipedia.org/wiki/Segmentasi_pasar

<http://ciputrauceo.net/blog/2015/7/14/segmentasi-pasar-beserta-pengelompokan-dan-contoh>

<http://www.pengertianku.net/2017/01/pengertian-perusahaan-manufaktur-dan-contohnya.html>

<https://ejournal.unib.ac.id/index.php/gradien/article/view/415>

Suyoto,D.,2014 praktik riset perilaku konsumen CAPS (Center Of Academic Publising Service),
Yogyakarta

<https://media.neliti.com/media/publications/102111-ID-pengaruh-motivasi-dan-disiplin-kerja-ter.pdf>