

HASIL CEK_Putra & Perwira (2022).

by Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta 36

Submission date: 20-Oct-2023 10:34AM (UTC+0700)

Submission ID: 2200566735

File name: Putra_Perwira_2022.docx (67.05K)

Word count: 2892

Character count: 18913

Dinamika Emotional Labor Pada Pengemudi Ojek Online di Yogyakarta

Muhammad Adriansyah Putra^{1,a*}, Luqman Tifa Perwira^{2,b}

¹Fakultas Psikologi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

² Fakultas Psikologi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

*muhammad1700013081@webmail.uad.ac.id

ABSTRACT

This study aims to see describe the dynamics of emotional management (emotional labor) in the form of factors that influence emotional management, strategies or ways to manage emotions and the benefit of managing emotions for online motorcycle taxi drivers in the city of Yogyakarta. This research was carried out with a phenomenological approach and used qualitative methods with data collection techniques used were semi-structured interviews. Then the sampling was done using purposive sampling technique, while for the research data analysis used the theme analysis technique. The results of the study indicate that there are positive and negative factors from external and internal individuals that dominate so that it affects emotional labor at work. Then it also shows that there are several strategies or ways that dominate individuals to do emotional labor when working. The results of the study also found some of the benefits that individuals feel when they are able or successful in carrying out emotional labor in their work.

Keywords : emotional labor, online motorcycle taxi, phenomenology

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan yaitu untuk melihat dan mengetahui gambaran dari dinamika pengelolaan emosi (emotional labor) yang berupa faktor-faktor yang mempengaruhi pengelolaan emosi, strategi atau cara mengelola emosi serta manfaat dari pengelolaan emosi pada pengemudi ojek online di Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling homogen, sedangkan untuk analisis data penelitian menggunakan teknik analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor positif maupun negatif dari eksternal dan internal individu yang mendominasi sehingga mempengaruhi emotional labor saat bekerja. penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat beberapa strategi atau cara yang mendominasi individu melakukan emotional labor ketika bekerja. Hasil penelitian juga menemukan beberapa dampak manfaat yang dirasakan individu ketika mampu atau berhasil melakukan emotional labor di dalam pekerjaannya.

Kata kunci: emotional labor, online motorcycle taxi, phenomenology

Pendahuluan

Pada era digital saat ini teknologi mengalami perkembangan serta kemajuan yang begitu cepat dan juga berpengaruh terhadap segala aspek kehidupan manusia. Transportasi merupakan salah satu aspek kehidupan manusia yang saat ini menggunakan perkembangan dan kemajuan teknologi karena saat ini setiap orang membutuhkan transportasi untuk mempermudah atau memperlancar aktivitas sehari-hari. Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 lalu, menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat dengan rata-rata 10,12% pertahunnya. Hal ini membuat banyak perusahaan tumbuh dengan memanfaatkan teknologi yaitu salah satunya layanan transportasi yang berbasis aplikasi online (Chan et al., 2017).

Kota-kota besar di Indonesia yang rentan dan akrab dengan masalah kemacetan, ojek yang menggunakan sepeda motor mengalami perkembangan yang pesat sebagai alternatif transportasi yang mudah. Untuk tiba lebih awal di lokasi atau tempat tujuan, masyarakat sebagai penumpang lebih memanfaatkan dan menggunakan ojek. Di masa modern saat ini, untuk mendapatkan ojek relatif lebih mudah dengan hanya menggunakan aplikasi yang terpasang atau tersedia di smartphone.

Sistem aplikasi yang dapat menghubungkan antara driver dan pengguna secara online melalui aplikasi menjadi keunggulan dari transportasi online tersebut. Masyarakat menyebutnya dengan ojek online dan bagi para pengguna dapat melihat secara langsung profil serta peringkat (rating) driver sebelum melakukan transaksi. Pengguna juga dapat melihat dan mengetahui biaya perjalanan yang harus dibayar dan juga dapat memilih metode pembayaran secara tunai ataupun non tunai. Dengan demikian masyarakat lebih menyukai kenyamanan dan kemudahan ini untuk menyelesaikan segala aktivitas mereka. Sistem pemesanan melalui aplikasi yang mudah membuat ojek online dapat dengan cepat diterima langsung oleh masyarakat, serta dengan berbagai macam pilihan layanan yang diberikan sehingga dapat memenuhi kebutuhan dari masyarakat dalam bidang jasa (Anis Agustin, 2017).

Belakangan ini menurut kumparan.com 09/04/2020 tercatat ada lebih dari 4 juta driver ojol yang tersebar di seluruh Indonesia dan data ini disampaikan langsung oleh Ketua Presidium Nasional Garda Indonesia, Igun Wicasono. Data dari salah satu perusahaan yang bergerak di bidang transportasi online yaitu Gojek berdasarkan kompas.com 12/11/2020 yang telah operasi selama satu dekade membeberkan bahwa mereka memiliki 2 juta driver yang tersebar di Indonesia.

PT. Gojek Indonesia didirikan oleh Nadiem Makarim pada 2010 yang menjadi perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi Ojek. Pada awal berdirinya Go-Jek hanya memiliki 20 pengendara ojek dan 1 call center saja yang berlokasi di Jakarta, lalu menjadi besar hingga ke daerah Bandung, Bali dan Surabaya. Go-Jek menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian. Go-Jek menjadi perusahaan unicorn pertama di Indonesia. Perkembangan yang sangat pesat, Go-Jek telah menuai prestasi sebagai juara 1 dalam kompetisi bisnis Goba Entrepreneurship Program Indonesia (GEPI) di Bali dan telah memperoleh berbagai jenis penghargaan dari komunitas sosial. Visi dari Go-Jek adalah memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia kedepannya. Misinya yaitu memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada masyarakat atau konsumen, membuka lapangan kerja selebar-lebarnya untuk masyarakat Indonesia serta meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.

Situasi seperti ini tentunya menjadi peluang tersendiri bagi masyarakat yang sedang berjuang untuk memperoleh finansial yang lebih baik dan meningkatkan taraf hidupnya. Beberapa tahun terakhir ojek online telah menjadi lapangan pekerjaan baru bagi banyak orang karena dapat memperoleh penghasilan tambahan dengan sistem tidak terikat waktu atau jam kerja. Dengan hal ini wajar saja banyak orang yang tertarik untuk bergabung sebagai mitra kerja baik itu dari kalangan

pria maupun wanita dan sebagian mahasiswa juga menjadikan peluang ini untuk penghasilan sampingan sembari menjalankan perkuliahan.

Namun dari kemudahan dan fleksibilitas pekerjaan menjadi seorang driver ojek online terdapat hal menarik dari pekerjaan ini. Selain harus bekerja keras sekuat tenaga dan bersaing dengan banyaknya driver-driver ojek online yang lain. Hasil penelitian dari Perwira & Hidayat (2021) menunjukkan bahwa pekerjaan sebagai pengemudi ojek online memiliki karakteristik yang khas seperti feedback langsung, fleksibilitas, dan otonomi dikarenakan sistem yang cair, berubah-ubah dan tidak mengikat. Para driver ojek online memiliki tantangan atau tuntutan pekerjaan untuk selalu menunjukkan sikap profesional yaitu harus mampu memberikan respon pelayanan yang baik kepada para pengguna jasa bagaimanapun kondisi atau situasi yang sedang dirasakan dan dialami oleh para driver ojek online tersebut. Pelayanan terbaik harus selalu diperlihatkan driver ojek online kepada para pengguna jasa tersebut dikarenakan para driver ojek online nantinya akan diberikan nilai dan peringkat (rating) oleh pengguna jasa atas pelayanan yang diberikan yaitu berupa poin dalam bentuk bintang yang terdapat di aplikasi setelah berhasil melakukan transaksi. Maka dari itu baik atau buruknya hasil kinerja para driver ojek online sangat ditentukan oleh nilai dan peringkat (rating) yang diberikan oleh pengguna jasa.

Tidak dapat dipungkiri jika para driver ojek online juga mempunyai emosi yang dirasakan atau yang ada di dalam benak mereka, dan terkadang perasaan itu terlibat dan dilibatkan ketika melakukan pekerjaan. Para driver ojek online memang harus menampilkan ekspresi dan emosi tertentu saat sedang menjalankan pekerjaannya yang kadang tidak sesuai dengan perasaan yang sedang dirasakan sebenarnya. Menurut Campos (dalam Ramdhani & Area, 2017) pengelolaan emosi merupakan suatu hal sangat penting terutama dalam bidang pelayanan. Salah satu cara untuk mengelola emosi yaitu seorang driver ojek online harus dapat melakukan kontrol terhadap emosi dengan menampilkan secara profesional sesuai dengan tuntutan perusahaan atau organisasi dan istilah ini dikenal dengan *emotional labor*. Menurut Hochschild (dalam Khetjenkarn & Agmapisarn, 2020) *emotional labor* adalah suatu konsep bagaimana karyawan mengelola emosi mereka sebagai bagian dari tuntutan perusahaan mereka.

Dilansir dari Okezone.com, Kamis 01 November 2018 melaporkan berita terkait masalah pelayanan yang diberikan oleh driver ojek online terhadap customer-nya. Kronologi kejadian yaitu pertama customer diminta oleh driver ojek online untuk mengambil barang yang dikirim penjual jauh dari lokasinya saat itu. Kedua menurutnya pada saat itu driver kelihatan marah dan berdecak menggunakan bahasa jawa kasar ketika diminta mengirimkan barang ke alamat sesuai titik di peta. Ketiga yaitu driver menyindir dengan kata “kalau lama sekalian bikinin kopi mbak” saat diminta customer-nya menunggu.

Kasus lainnya dilaporkan dari Detik.com, Selasa (13/8/2019), telah terjadi peristiwa pada 8 agustus 2019 lalu di Stasiun Cawang. Seorang wanita baru keluar dari stasiun dan hendak melakukan perjalanan ke kantor menggunakan ojek online. Driver ojek online sebelumnya telah meneriaki wanita tersebut namun tidak mendapat respon karena tidak mendengar begitu jelas. Setelah mencocokkan pelat nomor, wanita itu menghampiri driver tersebut, tapi driver itu justru meminta untuk membatalkan orderannya. Kemudian wanita itu lalu memilih alasan ‘driver asked me to cancel’. Kemudian wanita tersebut memesan ojek online lagi dan mendapatkan driver yang lain tetapi justru driver ojek online yang sebelumnya meneriaki dengan menggunakan kata-kata kasar. Kemudian ketika wanita itu naik ojek online yang baru, driver ojek online sebelumnya datang menghampiri dan memukul wanita tersebut. Kejadian tersebut berakhir dengan pemutusan mitra kerja oleh perusahaan terhadap driver yang melakukan tindak kekerasan tersebut karena mendapati pelaporan dari wanita yang menjadi korban.

Dari beberapa kasus diatas dapat dipahami dan ditarik kesimpulan sebagai sesuatu yang mendasar bahwa *emotional labor* itu sendiri sangat tidak mudah untuk dilakukan. Walaupun pada dasarnya sebuah perusahaan menginginkan setiap karyawan yang dimilikinya untuk mampu

melakukan kontrol terhadap emosi dan dapat menampilkan sesuai dengan tuntutan atau keinginan perusahaan, tapi masih banyak dari karyawan-karyawan yang bekerja di bidang jasa pelayanan tidak melakukan pekerjaan sesuai dengan tuntutan perusahaan sehingga berakhir dengan pemutusan hubungan kerja terhadap karyawan yang tidak mampu melakukan hal itu. Maka dari itu perlu untuk diketahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi pengemudi ojek online sehingga tidak mampu melakukan pengelolaan emosi (*emotional labor*) ketika bekerja.

Robbins & Judge (2015) mendefinisikan sebagai kemampuan karyawan untuk mampu menunjukkan emosi-emosi yang diinginkan secara organisasi selama proses transaksi antar personal di tempat kerja. Konsep dari *emotional labor* sebagai manajemen emosi untuk dapat menciptakan ekspresi wajah dan tubuh yang dapat dilihat atau ditampilkan ke publik (Hochschild dalam Grandey, 2000). Morris & Feldman (dalam Grandey, 2000) mendefinisikan *emotional labor* adalah suatu usaha, perencanaan dan pengendalian yang dilakukan untuk mengekspresikan emosi yang diinginkan secara organisasi.

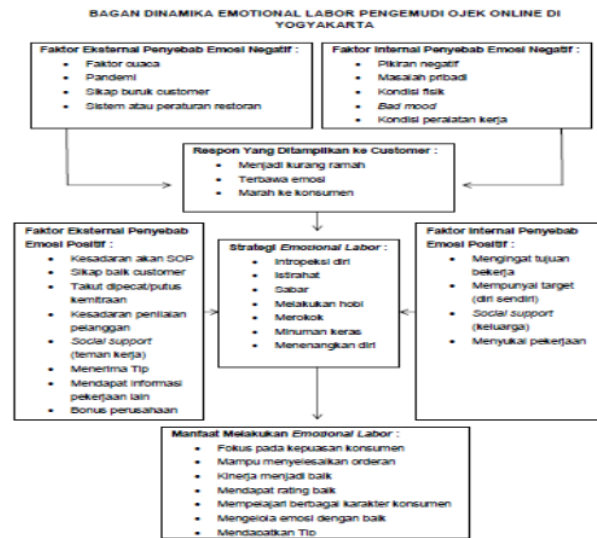
Menurut Robbins dan Judge (dalam Ramdhani & Area, 2017) mengatakan ada lima aspek penting yang berhubungan dengan *emotional labor*. Aspek pertama *surface acting* yaitu penyembunyian dan penghilangan ekspresi-emosi emosional terdalam seseorang sebagai respons terhadap aturan penampilan. Kemudian *surface acting* berfokus pada ketidaksesuaian antara emosi yang sebenarnya dengan yang ditampilkan. Aspek kedua *deep acting* yaitu usaha seseorang untuk mengubah perasaan berdasarkan aturan-aturan penampilan. *Deep acting* juga kerap kali disebut dengan berupaya mengelola emosi negatif untuk benar-benar menjadi positif sehingga konsisten antara emosi yang dirasakan dengan emosi yang ditampilkan. Aspek ketiga yaitu *frequency* menjadi hal yang paling penting karena semakin sering sebuah perusahaan butuh menampilkan emosi yang tepat secara sosial maka permintaan karyawan yang menggunakan *emotional labor* juga semakin besar. Aspek keempat *variety* yaitu emosi yang sangat luas untuk diekspresikan karena karyawan diminta untuk bisa menampilkan berbagai macam emosi sesuai dengan aturan dari perusahaan. Aspek keenam adalah *Intensity* yaitu setiap orang mempunyai intensitas ketika mengekspresikan emosi yang berbeda satu dengan yang lainnya. Ada individu yang sangat emosional tetapi ada juga individu yang sama sekali hampir tidak pernah menunjukkan perasaannya.

31 Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan metode kualitatif dan menggunakan teknik wawancara semiterstruktur sebagai alat pengumpulan data. Metode wawancara terdiri dari 3 aspek dan setiap aspek memiliki beberapa pertanyaan. Subjek pada penelitian ini adalah pengemudi ojek online di kota Yogyakarta yang berjumlah 4 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dan menggunakan *purposive sampling homogen* dengan metode analisis data yaitu analisis isi.

Hasil

Penelitian dilakukan dengan tujuan menguraikan dan mencari tahu terkait faktor-faktor yang mempengaruhi *emotional labor*, strategi atau cara melakukan *emotional labor*, dan dampak atau manfaat dari *emotional labor* yang dialami oleh para pengemudi ojek online dalam suatu pekerjaan sehingga membentuk sebuah dinamika *emotional labor*.



Gambar 1. Bagan Dinamika Emotional labor Pada Pengemudi Ojek Online di Yogyakarta

Pembahasan

Pengemudi ojek online di Kota Yogyakarta memiliki beberapa faktor eksternal dan internal sumber emosi negatif dan positif yang dapat mempengaruhi pengelolaan emosi (*emotional labor*). Beberapa faktor eksternal yang dialami oleh masing-masing dari keempat subjek yaitu seperti faktor cuaca, sikap buruk customer, sistem baru atau peraturan dari pihak restoran dan situasi pandemi yang sedang melanda saat ini. Kemudian beberapa faktor internal dari munculnya emosi negatif tersebut yang berasal dari diri sendiri seperti terpengaruh oleh pikiran negatif, masalah pribadi, suasana hati yang tidak baik (*bad mood*), kondisi fisik yang menurun dan kondisi peralatan yang kurang mendukung. Beberapa faktor eksternal yang menjadi landasan motivasi tersebut seperti kesadaran akan SOP perusahaan, takut putus kemitraan, kesadaran akan penilaian pelanggan yang berpengaruh terhadap orderan berikutnya, *social support* dari teman-teman pengemudi ojek *online* yang lain, menerima tip dari customer, mendapat informasi pekerjaan lain dan bonus dari perusahaan. Beberapa faktor internal sumber emosi positif tersebut contohnya seperti mengingat kembali tujuan bekerja, mempunyai target-target yang telah ditentukan untuk diri sendiri di dalam pekerjaan tersebut, *social support* dari keluarga subjek atau individu itu sendiri dan menyukai pekerjaan yang saat ini sedang digelutinya.

Pengemudi ojek online di Kota Yogyakarta menyadari manfaat dan juga memiliki strategi atau cara-cara yang dilakukan dengan tujuan untuk mampu dapat melakukan pengelolaan emosi (*emotional labor*) kembali ketika ingin melanjutkan pekerjaannya. Beberapa strategi atau cara-cara yang dilakukan dalam perencanaan dan upaya untuk tetap dapat melakukan *emotional labor* di dalam pekerjaan yaitu seperti intropeksi diri, sabar menghadapi customer, istirahat, melakukan hobi, minuman keras, menenangkan diri dan merokok. Manfaat dari pengelolaan emosi (*emotional labor*) yang dapat dirasakan yaitu seperti mampu menyelesaikan orderan dengan baik, kinerja menjadi lebih baik, mendapat rating yang baik dari customer, mampu memahami dan mempelajari berbagai karakter customer, mendapatkan tip dari customer, mengetahui dan mampu mengelola emosi dengan baik dan fokus pada kepuasan konsumen.

Pengemudi ojek online memiliki beberapa faktor eksternal dan internal sumber emosi negatif yang mempengaruhi pengelolaan emosi saat mereka bekerja. Karena dipengaruhi oleh emosi negatif saat bekerja, kemudian memicu timbulnya beberapa respon negatif yang ditampilkan kepada konsumen. Untuk dapat memenuhi tuntutan dari pekerjaan yaitu memberikan pelayanan sebaik mungkin, pengemudi ojek online memiliki beberapa faktor eksternal dan internal sumber emosi positif yang dijadikan sebagai landasan motivasi atau motif untuk melakukan pengelolaan emosi (*emotional labor*) dalam pekerjaannya. Dengan adanya sumber emosi positif tersebut mendorong pengemudi ojek online untuk dapat mengendalikan emosi dengan strategi atau cara-cara pengelolaan emosi yang mereka miliki dan setelah berhasil melakukan pengelolaan emosi pengemudi ojek *online* memahami kegunaan pengelolaan emosi dalam ³⁰ pekerjaannya serta mengetahui manfaat yang dihasilkan dari pengelolaan emosi (*emotional labor*) tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan ³² pembahasan mengenai dinamika *emotional labor* pada pengemudi ojek online di Yogyakarta, maka peneliti ²⁵ dapat menarik kesimpulan yaitu:

1. Terdapat beberapa faktor negatif dan positif yang berasal dari luar ataupun dari dalam diri sendiri pada pengemudi ojek online di Yogyakarta yang dapat mempengaruhi *emotional labor* pada saat bekerja. Faktor negatif yang berasal dari dalam diri individu seperti pikiran negatif, masalah pribadi, kondisi fisik, suasana hati yang buruk (*bad mood*), dan kondisi peralatan pekerjaan. Lima faktor negatif ini tidak mempengaruhi pengemudi ojek *online* secara bersamaan, namun faktor negatif yang mendominasi adalah kondisi dari peralatan pekerjaan. Faktor negatif yang berasal dari luar diri individu seperti faktor cuaca, pandemi, sikap buruk *customer*, dan sistem atau peraturan restoran. Keempat faktor negatif tersebut tidak mempengaruhi pengemudi ojek *online* secara bersamaan, namun faktor negatif yang mendominasi adalah sikap buruk dari *customer*. Sedangkan untuk faktor positif yang berasal dari dalam diri individu seperti mengingat kembali tujuan bekerja, mempunyai target, sosial support (keluarga), dan menyukai pekerjaan. Keempat faktor positif ini tidak mempengaruhi pengemudi ojek *online* secara bersamaan, namun faktor positif yang mendominasi adalah mengingat kembali tujuan bekerja. Faktor positif yang berasal dari luar individu seperti kesadaran akan SOP (*standart operational procedure*), sikap baik *customer*, takut dipecat atau putus kemitraan, kesadaran penilaian pelanggan sosial support (teman kerja), menerima tip, mendapatkan informasi pekerjaan lain dan bonus dari perusahaan. Kedelapan faktor positif tersebut tidak mempengaruhi pengemudi ojek *online* secara bersamaan, namun faktor positif yang mendominasi adalah kesadaran akan SOP (*standart operational procedure*) dan sikap baik dari *customer*.
2. Terdapat strategi atau cara bagaimana pengemudi ojek *online* melakukan *emotional labor* dalam pekerjaannya seperti introspeksi diri, istirahat, sabar, melakukan hobi, merokok, minuman keras dan menenangkan diri. Ketujuh strategi atau cara bagaimana pengemudi ojek *online* melakukan *emotional labor* tersebut tidak secara bersamaan dilakukan, namun strategi atau cara melakukan *emotional labor* yang mendominasi pengemudi ojek *online* adalah istirahat dan merokok.
3. Terdapat manfaat yang dapat dirasakan oleh pengemudi ojek *online* di Yogyakarta ketika mampu melakukan *emotional labor* dalam bekerja seperti fokus kepada kepuasan pelanggan, mampu menyelesaikan orderan, kinerja menjadi baik, mendapat rating baik, mempelajari berbagai karakter konsumen, mengelola emosi dengan baik dan mendapatkan tip. Ketujuh manfaat tersebut tidak dirasakan secara bersamaan oleh pengemudi ojek *online* di Yogyakarta, namun manfaat yang mendominasi dapat dirasakan adalah mendapatkan rating yang baik dan mempelajari berbagai karakter konsumen.

Daftar Pustaka

- Chan, A., Maharani, M., & Tresna, P. W. (2017). Perbandingan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Go-Jek Dan Grab (Studi Pada Konsumen Pt Go-Jek Dan Pt Grab Indonesia Di Dki Jakarta). *AdBispreneur*, 2(2). DOI: <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i2.13183>.
- Grandey, A. A. (2000). Emotion regulation in the workplace: a new way to conceptualize emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 95–110. DOI: <https://doi.org/10.1037/1076-8998.5.1.95>.
- Khetjenkarn, S., & Agmapisarn, C. (2020). The effects of emotional labour on the outcomes of the job and the organization: Do the differences in age and the manager's emotional intelligence have any impact in the hotel business? *European Journal of Tourism Research*, 25, 1–26.
- Perwira, L. T., & Hidayat, M. (2021). Memahami Dinamika Bekerja dalam Ketidakpastian: Tinjauan Fenomenologis Pengalaman Bekerja Pengemudi Ojek Online. *Psymphathic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(2), 249–266. DOI: <https://doi.org/10.15575/psy.v7i2.7995>.
- Ramdhani, F. S., & Area, U. M. (2017). Hubungan Kepuasan Kerja Dengan Emotional Labor Pada Karyawan Pt Bank Rakyat Indonesia Fakultas Psikologi Medan.
- Robbins, S.P., and Judge, T.A. (2015). *Perilaku Organisasi* Edisi 16. Jakarta. Salemba Empat.

HASIL CEK_Putra & Perwira (2022).

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Putera Indonesia YPTK Padang Student Paper	1%
2	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
3	news.detik.com Internet Source	1%
4	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
5	ubaya.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas International Batam Student Paper	1%
7	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1%
8	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
9	pdfcoffee.com Internet Source	1%

10	pojoksatu.id Internet Source	1 %
11	kumparan.com Internet Source	1 %
12	www.scilit.net Internet Source	1 %
13	sinta.unud.ac.id Internet Source	1 %
14	repository.ub.ac.id Internet Source	1 %
15	kampoengmanagement.blogspot.com Internet Source	<1 %
16	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
17	core.ac.uk Internet Source	<1 %
18	muhamadrizkyfauzananwar.blogspot.com Internet Source	<1 %
19	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	<1 %
20	betharimynez.blogspot.com Internet Source	<1 %
21	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %

22	jurnal.ugm.ac.id Internet Source	<1 %
23	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
24	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
25	123dok.com Internet Source	<1 %
26	asiknyangeblog.wordpress.com Internet Source	<1 %
27	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1 %
28	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
29	ejournal.undiksha.ac.id Internet Source	<1 %
30	eprints.ummi.ac.id Internet Source	<1 %
31	eprints.upnyk.ac.id Internet Source	<1 %
32	repository.usu.ac.id Internet Source	<1 %
33	www.repository.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On