

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUK BATIK TULIS
SUSTAINABLE FASHION DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN
KOMPETITIF**

(Studi Pada Batik Ulur Wiji Mojokerto)

SCRIPTPRENUER

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Tia Nurita Aini

202010160311076

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SCRIPTPRENUER

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUK BATIK TULIS
SUSTAINABLE FASHION DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN
KOMPETITIF**

(Studi Pada Batik Ulur Wiji Mojokerto)

Oleh:

Tia Nurita Aini

202010160311076

Malang, 28 Februari 2024

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II



Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M



Ratya Shafira Arifiani, S.AB., M.M

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUK BATIK TULIS SUSTAINABLE FASHION DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF (Studi pada Batik Ulur Wiji Mojokerto)


Oleh :


Tia Nurita Aini
202010160311076

Diterima dan disetujui
pada tanggal 23 Februari 2024

Pembimbing I,


Pembimbing II,



Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.


Ratya Shafira Arifiani, S.AB., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUK BATIK TULIS SUSTAINABLE FASHION DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF (Studi pada Batik Ulur Wiji Mojokerto)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Tia Nurita Aini

NIM : 202010160311076

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 23 Februari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Nurul Asfiah, M.M.

Penguji II : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Penguji III : Ratya Shafira Arifiani, S.AB., M.M.

Penguji IV : Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

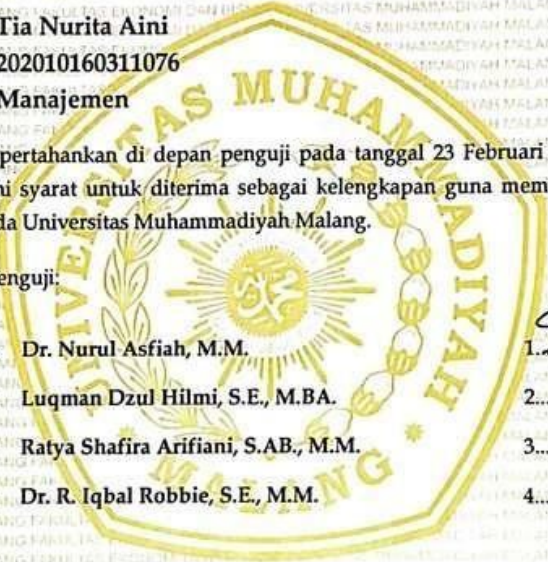


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.



1 
2 
3 
4 

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ix
ABSTRACT	x
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Keunggulan Kompetitif	8
2. Budaya	10
3. Pemberdayaan Perempuan	11
4. <i>Eco-friendly</i>	12
B. Penelitian Terdahulu.....	14
C. Kerangka Konseptual.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
A. Jenis Penelitian.....	19
B. Lokasi Penelitian	19
C. Subjek Penelitian	19
D. Sumber Data.....	20
E. Teknik Pengumpulan Data	20
1. <i>Depth Interview</i> (Wawancara Mendalam).....	20
2. Pengamatan/ Observasi	20

3. Dokumentasi	21
F. Teknik Analisis Data	21
1. Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	21
2. Penyajian Data (<i>Data Display</i>)	22
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (<i>Conclusion Drawing and Verification</i>)	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	24
1. Profil Ulur Wiji	24
2. Visi dan Misi Ulur Wiji	25
3. Struktur Organisasi	26
B. Analisa Hasil	31
1. Gambaran Informan	31
2. Penyajian Data	31
C. Pembahasan	48
1. Budaya	48
2. Pemberdayaan Perempuan	51
3. <i>Eco-friendly</i>	53
5. Keunggulan Kompetitif	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan 3 Bulan Terakhir Ulur Wiji.....	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4.1. Gambaran Umum Informan.....	31
Tabel 4.2. Hasil Wawancara Dengan Informan	31
Tabel 4.3. Hasil Wawancara Dengan Informan	33
Tabel 4.4. Hasil Wawancara Dengan Informan	35
Tabel 4.5. Hasil Wawancara Dengan Informan.....	37
Tabel 4.6. Hasil Wawancara Dengan Informan	38
Tabel 4.7. Hasil Wawancara Dengan Informan.....	40
Tabel 4.8. Hasil Wawancara Dengan Informan	42
Tabel 4.9. Hasil Wawancara Dengan Informan.....	44
Tabel 4.10. Hasil Wawancara Dengan Informan	45
Tabel 4. 11. Hasil Wawancara Dengan Informan	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	18
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Ulur Wiji.....	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara Dengan Informan.....	66
Lampiran 2. Kegiatan Selama di Ulur Wiji.....	67



PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tia Nurita Aini

NIM : 202010160311076

Program Studi : Manajemen

E-mail : tianuritaaini21@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Scriptpreneur ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam Scriptpreneur ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku

Malang, 10 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Tia Nurita Aini

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUK BATIK TULIS *SUSTAINABLE FASHION* DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF

(Studi Pada Batik Ulur Wiji Mojokerto)

Tia Nurita Aini*¹, Iqbal Robbie², Ratya Shafira Arifiani³

Department of Management, University of Muhammadiyah Malang

E-mail: tianuritaaini21@gmail.com

ABSTRACT

Ulur Wiji is an MSME that focuses on running an eco-friendly and sustainable hand-drawn batik fashion business. This research aims to examine cultural factors, women's empowerment and eco-friendliness as competitive advantages for sustainable fashion batik products in Ulur Wiji. The research subjects used were consumers who were loyal to Ulur Wiji handwritten batik. Data collection techniques obtained through interviews, observation and documentation. The data analysis methods used are data reduction, data presentation, and drawing or testing conclusions. The research results show that Ulur Wiji has a different mission compared to other competitors which prioritizes cultural values, women's empowerment and eco-friendliness. The application of these values has been proven to be able to increase the company's positive image in the eyes of consumers. By implementing these value aspects, Ulur Wiji can gain a competitive advantage in the midst of global competition. In the end, competitive advantages in terms of these values have an impact on increasing purchasing decisions and customer loyalty.

Keywords: *Culture, Women Empowerment, Eco-friendly, Competitive Advantage*

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUK BATIK TULIS *SUSTAINABLE FASHION* DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF

(Studi Pada Batik Ulur Wiji Mojokerto)

Tia Nurita Aini*¹, Iqbal Robbie², Ratya Shafira Arifiani³

Department of Management, University of Muhammadiyah Malang

E-mail: tianuritaaini21@gmail.com

ABSTRAK

Ulur Wiji merupakan UMKM yang fokus menjalankan bisnis *fashion* batik tulis berbasis *eco-friendly* dan *sustainable*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor budaya, pemberdayaan perempuan dan *eco-friendly* sebagai keunggulan kompetitif produk batik tulis *sustainable fashion* pada Ulur Wiji. Subjek penelitian yang digunakan ialah konsumen yang loyal terhadap batik tulis Ulur Wiji. Teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, serta penarikan atau pengujian kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ulur Wiji memiliki misi yang berbeda dibandingkan dengan kompetitor lain yang mengutamakan pada nilai budaya, pemberdayaan perempuan, dan *eco-friendly*. Penerapan nilai-nilai tersebut terbukti mampu meningkatkan citra positif perusahaan di mata konsumen. Dengan menerapkan aspek nilai tersebut Ulur Wiji dapat memperoleh keunggulan kompetitif di tengah persaingan global. Pada akhirnya, keunggulan kompetitif dari sisi nilai-nilai tersebut berdampak pada peningkatan keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Budaya, Pemberdayaan Perempuan, *Eco-friendly*, Keunggulan Kompetitif

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, rahmat dan taufiq-Nya, sehingga Scriptpreneur dengan judul “Faktor Yang Mempengaruhi Produk Batik Tulis *Sustainable Fashion* Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Pada Batik Ulur Wiji Mojokerto)”, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Teriring do’a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya. Selama proses penyusunan Scriptpreneur ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.
3. Ketua Program Studi, Dr. Nurul Asfiah, M.M.
4. Bapak R. Iqbal Robbie, Dr., MM dan Ibu Ratya Shafira Arifiani, S.AB., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam menyusun penulisan Scriptpreneur ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik.
5. Ibu dan Bapak Dosen Penguji, Nurul Asfiah, Dr., MM dan Luqman Dzul Hilmi, SE., M.BA
6. Kepada kedua orang tua yang saya cintai yaitu Ibu Eka Budiantari dan Bapak Suardi yang paling berjasa dalam hidup saya. Terimakasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada saya untuk melanjutkan Pendidikan kuliah, serta cinta, do’a,

motivasi, semangat dan nasihat yang tiada hentinya diberikan kepada anaknya dalam penyusunan Scriptprener ini.

7. Kepada Keluarga besar terima kasih selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik disetiap suka maupun duka.

8. Terimakasih untuk Zulkhairi Rizky R.E, you are the best support system.

9. Bapak Joko Santoso dan Ibu Nasta Rofika serta teman-teman artisans Ulur Wiji terima kasih selalu membimbing dan memberikan semangat dalam penyusunan Scriptprener hingga selesai.

10. Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya yaitu Hammy, Okky dan Anida yang telah membantu dan memberikan dukungan untuk tetap semangat mengerjakan Scriptprener ini.

11. Terimakasih untuk semua pihak yang membantu demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan Scriptprener ini.

12. Tia Nurita Aini, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibbilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Semoga kebaikan yang telah semua orang yang saya sebutkan diatas dibalas oleh Allah SWT. Saya menyadari bahwa dalam penulisan Scriptprener ini banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, maka dari itu saya berharap ada saran, kritik agar adanya perbaikan dan evaluasi untuk Scriptprener ini. Semoga scriptprener ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan bai kita semua.

Malang, 22 Februari 2024

Penulis,



Tia Nurita Aini

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar. (2007). *Manajemen Pemberdayaan Perempuan : (Perubahan Sosial Melalui Pembelajaran Vocational Skill pada Keluarga Nelayan)*. ALFABETA.
- Arif, N. F. (2015). *Analisis Wacana Eksplanatif*. Worldwide Readers.
- Asmawati, C., & Saputra, R. W. (2021). Kajian Tampilan Fisik, Citra Merek dan Pemasar Dari Mulut Ke Mulut Terhadap Keputusan Pembelian pada Salon Noona Beauty Korea Kota Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Baswori dan Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. PT Rineka Cipta.
- Bestari, A. (2019). *Arti sustainable fashion yang perlu anda ketahui*. www.Harpersbazaar.co.id
- Bharadwaj, S. G., Varadarajan, P. R., & Fahy, J. (2010). *Competitive Advantage in Service Industries : A Conceptual Model*. 57(4), 83–99.
- Binet, F., Coste-Manière, I., Decombes, C., Grasselli, Y., Ouedermi, D., & Ramchandani, M. (2019). *Fast Fashion and Sustainable Consumption*. Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-13-1268-7_2
- Bugin, B. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Cho, C. H., Michelon, G., Patten, D. M., & Roberts, R. W. (2014). CSR report assurance in the USA: An empirical investigation of determinants and effects. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 5(2), 130–148. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-01-2014-0003>
- Claudio, L. (2007). Waste couture: Environmental impact of the clothing industry. *Environmental Health Perspectives*, 115(9). <https://doi.org/10.1289/ehp.115-a449>

- Elvierayani, R. R., & Choiroh, F. (2020). Pengaruh Green Product dan Green Price Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FE UNISLA). *Mandalika Mathematics and Educations Journal*, 2(1), 67–75. <https://doi.org/10.29303/jm.v2i1.1751>
- Emzir. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Gano-an, J. C. (2018). Consumers' preferences on the use of eco-friendly bags: a green marketing perspective. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 20(3). <https://doi.org/10.14414/jebav.v20i3.1104>
- Garcia-Torres, S., Rey-Garcia, M., & Albareda-Vivo, L. (2017). Effective disclosure in the fast-fashion industry: From sustainability reporting to action. *Sustainability (Switzerland)*, 9(12). <https://doi.org/10.3390/su9122256>
- Goworek, H. (2011). Social and environmental sustainability in the clothing industry: A case study of a fair trade retailer. *Social Responsibility Journal*, 7(1), 74–86. <https://doi.org/10.1108/17471111111114558>
- Indrasmitha, G., Yuswono, I., & Rahmadhani, S. (2022). Pengaruh Metode Marketing Online Dan Offline Terhadap Peningkatan Omset UMKM Pada Situasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 13(1), 95–104.
- Koentjaraningrat. (2000). *Aspek Budaya*. Hanindita.
- Kompas.com. (2023). *Mengenal 18 Tujuan SDGs Desa*. Kompas.Com. <https://lestari.kompas.com/read/2023/06/10/170000386/mengenal-18-tujuan-sdgs-desa?page=all>
- Kotler. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2003). *Prinsip - Prinsip pemasaran*. PT. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Erlangga.
- Lin, J.-S., & Sung, Y. (2010). Understanding the Acceptance of Mobile SMS

- Advertising among Young Chinese Consumers. *Psychology & Marketing*, 30(6), 461–469. <https://doi.org/10.1002/mar>
- Liu, R. R., & McClure, P. (2001). Recognizing cross-cultural differences in consumer complaint behavior and intentions: An empirical examination. *Journal of Consumer Marketing*, 18(1), 54–74. <https://doi.org/10.1108/07363760110365813>
- Macdhy, R. D. N., Mariam, S., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN*, 17(2), 161–171. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.161-171>
- Moleong, L. J. . (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, R. (2008). *gender dan strategi pengarus-utamanya di indonesia*. pustaka belajar.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang PRESSindo.
- Olsen, S. H., Zusman, E., Miyazawa, I., Cadman, T., Yoshida, T., & Bengtsson, M. (2014). Implementing the Sustainable Development Goals (SDGs): An Assessment of the Means of Implementation (MOI). *Institute for Global Environmental Strategies*, 1–16. https://www.iges.or.jp/isap/2014/PDF/IPSS_SDGs_conference_paper.pdf
- Onny S. Prijono dan A. M. W. Pranarka. (1996). *Pemberdayaan konsep, kebijakan, dan implementasi*. CSIS.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Peifonnance*. Maxwell Macmillan.
- Porter, M. E. (1993). *Keunggulan Bersaing – Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Erlangga.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Intrans Publishing.
- Rejeki, et all. (2015). Pengaruh Green Marketing Pada Ken Pembelian dan

- Implikasputusainya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Administrasi Bisnis*, 26(1), 1–7.
- Satria Widiarsa, I. B. I., & Sulistyawati, E. (2018). Peran Keunggulan Kompetitif Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perusahaan Earth Café di Seminyak). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(7), 3442. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i07.p01>
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. Pearson Prentice Hall.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media.
- Sitio, R. P., Fitriyani, R., & Intan, A. P. (2021). Faktor pendorong purchase intention produk sustainable fashion pada UMKM. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 35–44. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i1.4050>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabet.
- Suharto, E. (2005). *Membangun masyarakat, memberdayakan rakyat: kajian strategis pembangunan kesejahteraan sosial dan pekerjaan sosial*. Refika Aditama.
- Sulistiyandari, & Handayani, S. R. (2011). Membangun Keunggulan Bersaing Berkelanjutan. *Jurnal & Proceeding FEBUNSOED*, 1, 1–17.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U., A. F., Adman N., A., N., E. R. N., S., I. A., Suharyono., & A., Z. (2010). *Pemasaran Strategik: Perspektif Value-Based Marketing dan Pengukuran Kinerja*. IPB Press.
- Suparyadi. (2015). *Manajemen sumber daya manusia : Menciptakan keunggulan*

bersaing berbasis kompetensi SDM. Penerbit Andi.

Surabaya, In. (2022). *Mengenal Ulur Wiji, Batik Dengan Pewarna Alami Yang Digemari Kaum Milenial*. <https://surabaya.inews.id/read/127964/mengenal-ulur-wiji-batik-dengan-pewarna-alami-yang-digemari-kaum-milenial>

Tjiptono, F. (2012). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Andi Offset.



SERTIFIKAT PLAGIASI



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 6/2/2024

Kode : 2287713765

Nama : Tia Nurita Aini

NIM : 202010160311076

Prodi : Manajemen

Naskah publikasi : LULUS

Penerjemah Abstrak : Selesai



Kenny Roz, S.Kom., M.M