

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarak, A., L. R. J. Pangemanan dan E. G. Tangkere. 2021. Bauran pemasaran produk olahan makanan ringan produksi aroma jaya desa sumber rejo Kecamatan Modayag Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. *AGRIRUD*, 3(2): 255-262.
- Amrullah. 2023. Pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap minat beli pada Rumah Makan Putra Minang di Kawasan Ciledug, Kota Tangerang, Provinsi Banten. *YUME : Journal of Management* , 6(1): 621 – 626.
- Anggriani, M. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran 7p terhadap Minat Nasabah dalam Memilih Pt. Asuransi Takaful Keluarga Palembang. Skripsi. Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah. Palembang.
- Azhari, M. Q., Syahrani dan A. Vitria. 2020. Analisis strategi lokasi penjualan untuk meningkatkan omzet penjualan bakso ella 2 sekumpul kota martapura. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari.
- Burhanuddin, N. H. 2018. Strategi pemasaran makanan khas tradisional di Kecamatan Wotu. *Journal of Islamic Management and Bussines*, 1(2): 20-32.
- Cristina, H. M. dan Marwanti. 2019. Pengaruh strategi produk, harga dan pomosi terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1): 43-52.
- Daryanto, L. H., dan Hasiholan, L. B. 2019. *The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase* Martabak “Setiabudi” Pak Man Semarang. *Journal of Management*, 5(5).
- Devy, M. P. dan R. Herdian. 2023. Pengaruh kualitas produk, diskon harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(6): 2723-2730.
- Dewi, P. N., C. Hendriyani dan R. M. Ramdhani. 2021. Analisis implementatasi strategi bauran pemasaran 7p pada usaha bakso wong jowo by tiwi. *Jurnal Industri dan Perkotaan*, 17(2): 6-13.
- Diniaty, D. dan Agusrinal. 2014. PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK ANYAMAN PANDAN (Studi Kasus: Home Industry Saiyo Sakato Di Kenagarian Padang Laweh Kecamatan Koto Vii Kabupaten Sawahlunto Sijunjung). *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 11(2): 175 – 184.
- Farida, N. 2014. Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. Cakra Books. Solo.

- Fatima, S. 2020. Studi Komparatif Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Customer Studi Kasus Lina Hotel Senggigi dan Mascot Hotel Senggigi. Skripsi. Universitas Islam Negeri Mataram. Mataram.
- Fitriyani, S., T. Murni dan S. Warsono. 2017. Pemilihan lokasi usaha dan pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha jasa berskala mikro dan kecil. *Management Insight*, 13(1): 47-58.
- Hanafi, M. A. N. 2019. Analisis efektivitas strategi pemasaran terhadap peningkatan nasabah pada pt bpr hasamitra makassar. *Jurnal Brand*, 1(2): 1-11.
- Haryanti, S., B. Mursito dan Sudarwati. 2015. Analisis strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk batik pada pt. Danar hadi Surakarta. UNIBA Surakarta. 144-151.
- Heizer, J dan Render. 2015. *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Ikhsan, R. F., A. Devi dan A. M. Kosim. 2020. Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di rumah makan pecak hj. Sadiyah cilodong Kota Depok. *Jurnal Kajian ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1): 124-149.
- Irfandi, M. 2022. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Pedas Bang Mar Pekanbaru. Skripsi. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Irwanto, A. dan Rohman, F. (2013). Analisis pengaruh kualitas produk dan strategi harga terhadap kepuasan pelanggan, dan pengaruhnya pada terbentuknya word-of-mouth di perumahan madani group Jabodetabek. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(1): 85-94.
- Kaparang, E. dan A. P. Kumaat. 2022. Strategi pemasaran untuk mempromosikan produk “hot chicken floss roll” pada pt multi citra abadi kawasan megamas manado. *Jurnal MABP*, 4(2): 61-71.
- Kencana, S. 2019. Analisis Strategi Penetapan Harga SKM.CLOTHING. *Prosiding: Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*. 1003-1011.
- Kotler and Armstrong. 2016. *Marketing an Introduction*, Edisi 13, USA: *Perason Education*.
- Kotler, dan Amstrong, 2008 *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. (2015). *Principles of Marketing 12th Edition*, Jilid 1 Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Martowinangun, K., D. J. S. Lestari dan Karyadi. 2019. Pengaruh strategi promosi terhadap peningkatan penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Co-Management*, 1(2): 139-152.

- Miles, M. B. dan Huberman, A. M. 1994. *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage
- Musyawah, I. Y. dan D. Idayanti. 2022. Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha ibu bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1): 1-13.
- Nabilla, A. G. dan A. Tuasela. 2021. Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan pada diva karaoke rumah bernyanyi di Kota Timika. *Jurnal Kritis*, 5(2): 21-40.
- Niati, R. 2015. Strategi Bauran Pemasaran Ayam- Ayam Resto Solo. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Ningsih, D. D. S. dan M. R. Maika. 2020. Strategi bauran pemasaran 4p dalam menentukan sumber modal usaha syariah pedagang pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3):693-702.
- Noviriyanti, 2020. Strategi Pemasaran Rumah Makan Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Makan Barokah Banjarnegara). Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Nurhati, D. D. 2020. Pengaruh Strategi 7p Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan pada Pt. Bprs Puduarta Insani Tembung. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Pranata, A. 2016. Pelaksanaan Strategi Bauran Pemasaran Sate Ayam Ponorogo di Kawasan Ngeposjl. Gajah Mada Kabupaten Ponorogo. Skripsi. Universitas Negeri Jogjakarta.
- Pratiwi, N. I. 2017. Penggunaan media video call dalam teknologi komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2): 202-224.
- Purbohastuti, A. W. 2021. Efektivitas bauran pemasaran pada keputusan pembelian konsumen indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1): 1-17.
- Putra, E. W., S. Kumadji dan E. Yulianto. 2016. Pengaruh diskon terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian (Studi pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2): 184-193.
- Putri, N. B. dan J. A. Effendy. 2022. Analisa Pengaruh *Product, Price, Place, Dan Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Ayam Goreng Echo. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 7(3): 330-345.
- Rahayu, D. W. S. 2019. Penerapan diskon dalam menarik minat beli konsumen di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2): 43-51.

- Rahayu, D. W. S. 2019. Penerapan diskon dalam menarik minat beli konsumen di matahari departement store kediri town square. *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2): 43-51.
- Ramadhan, Z. A. 2021. Strategi bauran pemasaran 7p dalam mempertahankan kelangsungan usaha pada situasi pandemi covid-19 di Kota Jakarta Timur (studi kasus rumah makan ayam geprek “jenderal”). *STIE Mahardhika Surabaya*. 1-13.
- Rusdi, M. 2019. Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada perusahaan genting ud. Berkah jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2): 49-54.
- Salam, H. I., J. Widodo dan M. Zulianto. 2019. Strategi pemasaran pada pt nuansa wisata prima nusantara tour & travel jember. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 13(1): 66-71.
- Saputro, A. D. 2022. Cara Warung Sate Pak Kempleng dalam Mempertahankan Keberhasilan Usahanya (Studi Kasus pada Warung Sate Pak Kempleng 1 di Kec. Ungaran Barat Kab.Semarang). Skripsi. Universitas Semarang. Semarang.
- Setiawan, R., Kosasih dan A. Sudrajat. 2019. Pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan limasan kafe karawang. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2): 167-171.
- Simbolon, S. I., T. M. Tumbel dan O. F. C. Walangitan. 2022. Strategi bauran pemasaran terhadap penjualan usaha kuliner tripang garo uje Desa Kawiley Kabupaten Minahasa Utara. *Productivity*, 3(2): 151-156.
- Sopiyan, P. 2019. Pengaruh strategi harga dan *visual merchandising* terhadap keputusan pembelian online. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* Vol 3(2): 193-205
- Sugianto, J. dan S. Sugiharto. 2013. Analisa pengaruh *service quality*, *food quality*, dan *price* terhadap kepuasan pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2): 1-10.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Sulfiana. 2020. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Rumah Makan Mbak Daeng Alauddin Makassar. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar.
- Timo, F. 2021. Pengaruh variasi menu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di hotel victory kefamenanu. *Jurnal Inspirasi Ekonomi*, 3(3): 8-16.
- Tjiptono, F. 2015 .Edisi 3.Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi offset.

- Tondang, G. A., M. L. I. Nasution dan B. Dharma. 2023. Pengaruh suasana cafe, harga, variasi menu terhadap minat kunjungan konsumen (studi kasus: dbest cafe tuamang). *Jurnal Rumpun Ekonomu Syariah*, 6(1): 15-26.
- Utari, A. A. 2022. Analisis Strategi Bauran Pemasaran *Product, Price, Promotion, Place* (4p) Untuk Meningkatkan Penjualan Keripik Bebele (Studi Kasus Pada Produksi Oyaku Di Narmada). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Mataram. Mataram.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., dan Sunarti 2015. Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1): 59-66.
- Wibowo, T. S., M. Asir, M. Abduh, Anwar, Herdiyanti dan E. Wijaya. 2022. Efektifitas strategi penetapan harga produk barang pada daya beli konsumen : studi literature. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5): 2987-2996.
- Wijaya, H. dan Sirine, H. 2016. Strategi segmenting, targeting, positioning serta strategi harga pada perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1(03), 175-190.
- Zailani, M. A. 2020. Strategi Pemasaran Warung Makan Serba 5000 Jalan Sam Ratulangi Kota Palangka Raya. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Palangkaraya.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Penelitian





Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
TINGGIUNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS PETERNAKAN
Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10 Makassar , 90245
Telp/ Fax (0411) 587217, e-mail : peternakan@unhas.ac.id,
Web : www.unhas.ac.id/peternakan**

KUISISIONER KEGIATAN PENELITIAN MAHASISWA

**Strategi Pemasaran Sate di Makassar
(Studi Kasus Sate Taichan Kenangan dan Sate Taichan Bang Aat).**

Oleh :

Andi Rezky Amalia Pratiwi (I011191162)

Pengambilan data ini dilakukan dengan tujuan untuk menyelesaikan skripsi, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana. Informasi yang didapatkan dari survey ini hanya akan digunakan untuk keperluan analisis. maka peneliti bermaksud menyebarkan kuisisioner dan mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisinya dengan jujur, benar, serta akurat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara, peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat Peneliti,

Andi Rezky Amalia Pratiwi

Kuisisioner Penelitian di Sate Taichan

Halaman berikutnya >>>

Informasi Umum

Pilih jawaban sesuai dengan kondisi anda saat ini dengan memberi tanda silang (x) huruf yang tersedia

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1	Jenis Kelamin	a. Pria b. Wanita
2	Usia/Umur	a. Kurang dari 20 Tahun b. 20 s/d 30 Tahun c. 30 s.d 40 Tahun d. Diatas 40 Tahun
3	Tingkat Pendidikan Terakhir	a. SD b. SMP c. SMA d. Diploma/ Sarjana (S1, S2, S3)
4	Pekerjaan	a. Owner/Pemilik b. Manajer c. Kasir d. Pelayan e. Chef/Koki f. Konten Kreator

1. Bagaimanakah sejarah berdirinya Sate Taichan ?
Jawab :
2. Apakah visi dan misi atau tujuan dari berdirinya Sate Taichan ?
Jawab :

Produk

1. Produk apa saja yang ditawarkan?
Jawab :
2. Target produk anda untuk kalangan umur apa saja ?
Jawab :
3. Bagaimana anda membuat produk agar bisa terjaga kualitasnya ?
Jawab :
4. Bagaimana cara penyajian produk anda ?
Jawab :
5. Bagaimana cara anda membuat kemasan anda sehingga aman untuk produk dan dapat dikenali oleh konsumen, Apakah anda membuat semacam label di kemasan anda ?
Jawab :

Price

6. Bagaimana cara anda menetapkan harga produk yang ingin anda pasarkan ?
Jawab :
7. Apakah pernah melakukan kegiatan promosi berupa diskon atau potongan harga ? Jika pernah, apakah membuat para konsumen banyak membeli produk Sate Taichan?
Jawab :

Place

8. Bagaimana Sate Taichan memilih lokasi jualan yang ditempati sekarang ?

Jawab :

9. Dari segi tempat penjualan, bagaimana cara anda membuat konsumen nyaman saat datang ke tempat anda ?

Jawab :

Promotion

10. Apakah Sate Taichan melakukan Promosi?

- a. Ya
- b. Tidak

11. Apakah anda menggunakan media untuk melakukan promosi?

Jawab :

12. Kenapa anda memilih media tersebut untuk melakukan promosi ?

Jawab

13. Kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan Sate Taichan ?

Jawab :

14. Apa yang menjadi alasan memilih promosi tersebut ?

Jawab :

15. Kegiatan promosi apa yang sangat berpengaruh dalam menawarkan produk anda ?

Jawab :



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
TINGGIUNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS PETERNAKAN
Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10 Makassar , 90245
Telp/ Fax (0411) 587217, e-mail : peternakan@unhas.ac.id,
Web : www.unhas.ac.id/peternakan**

KUISIONER KEGIATAN PENELITIAN MAHASISWA

**Strategi Pemasaran Sate di Makassar
(Studi Kasus Sate Taichan Kenangan dan Sate Taichan Bang Aat)**

Oleh :

Andi Rezky Amalia Pratiwi (I011191162)

Pengambilan data ini dilakukan dengan tujuan untuk menyelesaikan skripsi, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana. Informasi yang didapatkan dari survey ini hanya akan digunakan untuk keperluan analisis. maka peneliti bermaksud menyebarkan kuesioner dan mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisinya dengan jujur, benar, serta akurat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara, peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat Peneliti,

Andi Rezky Amalia Pratiwi

Kuisisioner Penelitian Konsumen Sate Taichan

Halaman berikutnya >>

Informasi Umum

Pilih jawaban sesuai dengan kondisi anda saat ini dengan memberi tanda silang (x) huruf yang tersedia

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1	Jenis Kelamin	a. Pria b. Wanita
2	Usia/Umur	a. Kurang dari 20 Tahun b. 20 s/d 30 Tahun c. 30 s.d 40 Tahun d. Diatas 40 Tahun
3	Tingkat Pendidikan Terakhir	a. SD b. SMP c. SMA d. Diploma/ Sarjana (S1, S2, S3)
4	Pekerjaan	a. Pelajar b. Mahasiswa/Mahasiswi c. PNS d. Wiraswasta e. Lain-lain.....

1. Dari mana anda mengenal Sate Taichan ?
Jawab :
2. Sudah berapa lama anda mengenal Sate Taichan ?
Jawab :
3. Sudah berapa kali anda datang di Sate Taichan ?
Jawab :
4. Apa yang membuat anda ingin kembali membeli produk dari Sate Taichan ?
Jawab :
5. Apakah kualitas dari produk sudah sesuai yang anda harapkan, bagi dari segi rasa, penyajian produk hingga kemasan serta pengenalan produk?
Jawab :
6. Produk apa yang paling anda sukai di Sate Taichan ?
Jawab :
7. Menurut anda, apakah produk dari sate taichan dapat dinikmati dari semua kalangan usia?
8. Menurut anda, apakah harga yang ditawarkan sudah cukup terjangkau ?
Jawab :
9. Menurut anda, lokasi usaha sate taichan sudah cukup strategis ?
Jawab :
10. Dari segi tempat usaha, apakah anda nyaman saat datang untuk membeli produk dari segi fasilitas tempat yang diberikan?
Jawab :
11. Apakah anda mengikuti media sosial yang digunakan Sate Taichan ?
Jawab :
12. Dimana saja anda biasa melihat promosi yang dilakukan Sate Taichan ?
Jawab :
13. Apakah kegiatan promosi yang dilakukan Sate Taichan dapat menarik pelanggan ?
Jawab :



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
TINGGIUNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS PETERNAKAN
Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10 Makassar , 90245
Telp/ Fax (0411) 587217, e-mail : peternakan@unhas.ac.id,
Web : www.unhas.ac.id/peternakan**

KUISIONER KEGIATAN PENELITIAN MAHASISWA

**Strategi Pemasaran Sate di Makassar
(Studi Kasus Sate Taichan Kenangan dan Sate Taichan Bang Aat)**

Oleh :

Andi Rezky Amalia Pratiwi (I011191162)

Pengambilan data ini dilakukan dengan tujuan untuk menyelesaikan skripsi, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana. Informasi yang didapatkan dari survey ini hanya akan digunakan untuk keperluan analisis. maka peneliti bermaksud menyebarkan kuesioner dan mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisinya dengan jujur, benar, serta akurat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara, peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat Peneliti,

Andi Rezky Amalia Pratiwi

Kuisisioner Penelitian di Dinas Koperasi dan UKM dan Dosen Fapet UH

Halaman berikutnya >>>

Informasi Umum

Pilih jawaban sesuai dengan kondisi anda saat ini dengan memberi tanda silang (x) huruf yang tersedia

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1	Jenis Kelamin	a. Pria b. Wanita
2	Usia/Umur	a. Kurang dari 20 Tahun b. 20 s/d 30 Tahun c. 30 s.d 40 Tahun d. Diatas 40 Tahun
3	Tingkat Pendidikan Terakhir	a. SD b. SMP c. SMA d. Diploma/ Sarjana (S1, S2, S3)
4	Pekerjaan	a. Pelajar b. Mahasiswa/Mahasiswi c. PNS d. Wiraswasta e. Lain-lain.....

Pertanyaan

1. Bagaimana tanggapan anda mengenai strategi produk sate taichan?
Jawab :.....
2. Bagaimana tanggapan anda mengenai strategi harga yang dilakukan sate taichan apakah menurut anda, harganya sudah sesuai dengan produk yang diberikan ?
Jawab :.....
3. Bagaimana menentukan lokasi strategis untuk Sate Taichan ?
Jawab :.....
4. Bagaimana tanggapan anda mengenai strategi promosi yang dapat bisa dilakukan oleh sate taichan?
Jawab :.....

RIWAYAT HIDUP



Andi Rezky Amalia Pratiwi yang biasa di panggil Tiwi lahir pada tanggal 13 September 2001 di Makassar, Sulawesi Selatan. Penulis lahir dari pasangan ayah Irwan Sahabuddin Dan ibu Andi Murdianti. Penulis memiliki adek 2 laki-laki bernama Muh. Alif Irsan Fayyadh dan Muh. Nuh Izzulhaq, serta memiliki 2 kakak perempuan bernama Andi Nurwaeni dan Andi Dwika Asmarawanti. Pada tahun 2006 penulis bersekolah di TK Islam Kanita Tiara saat itu penulis masih berumur 5 tahun dan Pada tahun 2007 penulis mulai bersekolah di SD Inpres Baddoka sampai pada tahun 2013, kemudian melanjutkan sekolah di SMPN 9 Makassar dan memasuki organisasi Osis selama 1 tahun. Setelah lulus SMP penulis melanjutkan pendidikannya di SMA NEGRI 6 Makassar dan memasuki organisasi Orbit selama 1 tahun. Setelah lulus SMA pada tahun 2019, penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi Negeri Fakultas Peternakan di Universitas Hasanuddin pada Tahun 2019, selama kuliah penulis masuk di organisasi HIMSENA (Himpunan Sosial Ekonomi Peternakan) dan aktif mengikuti kegiatan-kegiatan organisasi dan menjabat sebagai Wakil Bendahara Umum HIMSENA pada Tahun 2022 dan penulis menyelesaikan studi di bangku perkuliahan selama 4 Tahun 4 Bulan pada tanggal 1 Desember 2023. Impian penulis adalah menjadi orang yang bisa berbagi kebaikan dan bermanfaat untuk seluruh umat manusia.