Lampiran 1. Daftar wawancara

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE

PROGRAM MAGISTER AGRIBISNIS

DAFTAR WAWANCARA

Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Di Kabupaten Sidenreng Rappang : Studi Kasus Shu.Maique

Oleh :

RUSKIAH KATANG (222290013)

Kepada :

Pihak pemilik Usaha Dimsum Shu. Maique

ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL USAHA

A. Manajemen

1. Apakah usaha sudah memiliki uraian tugas dan spesifikasi pekerjaan yang jelas?
2. Apakah usaha menerapkan fungsi manajemen (Planning, Organizing, actauting, controlling)?

B. Pemasaran

1. Sudah berapa outlet yang dibuka oleh Shu.Maique?
2. Apakah syarat-syarat untuk bisa membuka outlet Shu.Maique? ada syarat-syarat khusus untuk meninjau lokasi pembukaan outlet?
3. Bagaimana penetapan harga yang diberikan pada produk Shu.Maique?
4. Bentuk promosi apa saja yang dilakukan untuk semakin memperkenalkan dan meningkatkan penjualan produk Shu.Maique?

C. Keuangan

1. Dari mana sumber modal yang diperoleh usaha untuk membangun Shu.Maique dan berapa jumlah modal awal untuk mendirikan usaha ?
2. Bagaimana perkembangan modal usaha?
3. Bagaimana sistem pembukuan yang diterapkan usaha?

D. Produksi/operasi

1. Fasilitas apa saja yang dimiliki usaha untuk menunjang proses produksi?
2. Apakah tenaga kerja melakukan pekerjaan sesuai dengan SOP yang telah dibuat pihak Shu. Maique?
3. Berapa jumlah tenaga kerja proses produksi Shu. Maique saat ini?
4. Berapa jumlah kuantitas yang bisa diproduksi Shu. Maique perharinya?
5. Apakah pada proses produksi produk Shu. Maique usaha sudah menggunakan teknologi untuk mempermudah pekerjaan?

E. Penelitian dan pengembangan

1. Apakah usaha Shu. Maique memiliki divisi penelitian dan pengembangan ?
2. Jika ada, penelitian dan pengembangan apa yang telah dilakukan oleh Shu. Maique?
3. Inovasi apa saja yang telah dilakukan oleh usaha Shu. Maique?
4. Seberapa sering usaha melakukan penelitian untuk menciptakan produk baru?

F. Sumber Daya manusia

1. Bagaimana cara perekrutan karyawan Shu.Maique? apakah ada kualifikasi atau Kriteria apa yang digunakan dalam menilai kandidat selama proses seleksi terhadap setiap bagian? Apakah usaha lebih sering merekrut dari dalam (internal) atau mencari talenta dari luar (eksternal)?
2. Berapa jumlah seluruh pegawai yang dimiliki usaha Shu.Maique?

ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL USAHA

A. Ekonomi

1. Bagaimana fluktuasi nilai tukar mata uang mempengaruhi harga bahan baku impor atau ekspor produk?
2. Apa dampak inflasi terhadap biaya produksi dan harga jual produk usaha? Dan Bagaimana strategi usaha dalam menghadapi kenaikan harga bahan baku akibat inflasi?

B. Sosial, Budaya, demografis dan Lingkungan

1. Pola konsumsi masyarakat yang semakin cenderung memilih makanan yang cepat saji dan praktis, Apakah tren sosial saat ini (seperti pola konsumsi, kebiasaan digital, atau gaya hidup sehat) berdampak pada bisnis Shu.Maique?

C. Politik, pemerintah dan hukum

1. Selama usaha Shu.Maique berdiri apakah ada bantuan atau program yang diberikan pemerintah?
2. Jika ada bantuan atau program apa saja yang diberikan terhadap usaha Shu.Maique?

D. Teknologi

1. Bagaimana perkembangan IPTEK pada usaha Dimsum Shu.Maique saat ini, tekonologi apa saja yang dapat membantu usaha Shu.Maique ?
2. Apakah teknologi tersebut dapat membantu keberlangsungan usaha dimsum Shu.Maique? Apakah usaha sudah memanfaatkan teknologi terbaru dalam produk, layanan, atau proses operasional?

E. Aspek kompetitif

1. Melihat banyaknya pesaing, apakah ada usaha sejenis yang dianggap menjadi pesaing usaha Shu.Maique?
2. Jika ya, apakah usaha pesaing tersebut menjadi pesaing utama usaha Shu.Maique? dan apa pengaruhnya terhadap kelangsungan usaha usaha Shu.Maique?
3. Apakah usaha slalu update mengenai informasi terhadap adanya usaha pesaing yang sejenis?
4. Apakah harga yang diberikan oleh usaha sejenis mempengaruhi penjualan produk Shu.Maique?

F. Daya tawar pemasok

1. Berapa jumlah pemasok saat ini yang dimiliki oleh usaha Shu.Maique?
2. Bagaimana harga bahan baku yang ditawarkan oleh pemasok ?
3. Apakah harga yang diberikan pemasok sering mengalami fluktuatif?

G. Daya tawar konsumen

1. Berapa harga yang diterima oleh konsumen?
2. Bagaimana pelayanan yang diberikan terhadap konsumen? Adakah sarana bagi konsumen mengenai pelayanan yang diberikan ?

Lampiran 2. Hasil Penentuan Faktor-Faktor Strategis

HASIL PENENTUAN FAKTOR-FAKTOR STRATEGIS INTERNAL DAN EKSTERNAL USAHA SHU.MAIQUE

- **FAKTOR STRATEGIS INTERNAL**

FAKTOR INTERNAL
Pemasaran 1. Pemasaran digital 2. Lokasi Outlet Shu.Maique yang strategis
Manajemen 1. Pengelolaan struktur organisasi belum optimal
Keuangan 1. Biaya operasional yang tinggi
Sumber Daya Manusia 1. Terbatasnya Sumber Daya Manusia
Produksi/Operasional 1. Produk Tidak Tahan Lama 2. Rasa Dimsum yang otentik, enak, berkualitas sebagai pelopor dimsum mentai 3. Bahan produksi tersedia di lokasi tertentu 4. Kemasan yang menarik
Penelitian dan Pengembangan 1. Inovasi Produk Varian beragam

FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL

FAKTOR EKSTERNAL
Ekonomi 1. Meningkatnya daya beli masyarakat 2. Fluktuasi Harga Bahan Baku
Sosial Budaya 1. Peningkatan Kesadaran Masyarakat Akan Produk Halal 2. Tren makanan sehat
Poltik/kebijakan 1. Belum adanya NIB dan Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan
Teknologi 1. Digitalisasi pembayaran 2. Risiko gangguan sistem digital
Lingkungan Kompetitif 1. Persaingan Pasar yang Ketat 2. Harga produk pesaing lebih murah 3. Sudah mempunyai Pemasok Tetap

Lampiran 3. Kuisioner Penentu Faktor Strategis Internal dan eksternal

KUISIONER

Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Di Kabupaten Sidenreng Rappang : Studi Kasus Shu.Maique

IDENTIFIKASI FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL

Dalam rangka penelitian Thesis

Oleh :

RUSKIAH KATANG
222290013

Nama Informan :

Umur :

Pendidikan :

Jabatan/Profesi :

Tujuan : Menetukan kekuatan dan kelemahan dari Faktor internal serta peluang dan ancaman dari variabel-variabel faktor eksternal

Petunjuk Umum :

1. Pengisisan kuisioner dilakukan secara tertulis oleh Informan.
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing Informan
3. Informan diharapkan mengisi kuisioner secara sekaligus (tidak tertunda) untuk menghindari inkonsistensi jawaban
4. Informan berhak menambahkan atau mengurangi hal-hal yang sudah tercantum dalam kuisioner dengan alasan yang jelas dan kuat
5. Seluruh definisi yang digunakan dalam kuisioner ini sepenuhnya menjadi hak Informan, dalam pengertian bahwa Informan dapat saja memiliki pandangan yang berbeda terhadap suatu faktor yang ada didalam kuisioner ini, dengan Informan lainnya ataupun dengan peneliti.

Petunjuk Khusus :

1. Faktor strategi internal dan faktor strategis eksternal merupakan suatu hal yang mempunyai pengaruh yang kuat dan langsung terhadap aktivitas pengembangan bisnis Shu.Maique
2. Faktor Strategi Internal dan faktor Strategis eksternal meliputi sumber daya manusia, keuangan, pemasaran, produksi dan operasi penelitian dan

pengembangan, sistem manajemen informasi. Sedangkan peluang dan ancaman (*external factor*) merupakan tinjauan terhadap situasi ekonomi, politik dan hukum, sosial budaya, teknologi, alam, ancaman produk subsitusi

3. Faktor Strategi internal : beri tanda (√) pada ruang kekuatan atau kelemahan usaha sesuai dengan pilihan atau jawaban Informan. Faktor strategis eksternal : beri tanda (√) pada ruang peluang atau ancaman usaha sesuai dengan pilihan atau jawaban Informan.
4. Informan dapat menambahkan maupun mengurangi faktor-faktor internal maupun eksternal yang terdapat dalam kuisioner

A. Faktor Strategis Internal

	Faktor-faktor Strategis Internal	S	W
A	Rasa Dimsum yang otentik, enak, berkualitas sebagai pelopor dimsum mentai		
B	Kemasan yang Menarik		
C	Lokasi Outlet Shu.Maique yang strategis		
D	Inovasi Produk Varian beragam		
E	Pemasaran digital		
F	Biaya operasional yang tinggi		
G	Bahan produksi tersedia di lokasi tertentu		
H	Terbatasnya Sumber Daya Manusia		
I	Produk Tidak Tahan Lama		
J	Pengelolaan struktur organisasi belum optimal		

B. Faktor Strategis Eksternal

	Faktor-faktor Strategis Eksternal	O	T
A	Meningkatnya daya beli masyarakat		
B	Sudah mempunyai Pemasok Tetap		
C	Peningkatan Kesadaran Masyarakat Akan Produk Halal		
D	Tren makanan sehat		
E	Digitalisasi pembayaran		
F	Fluktuasi Harga Bahan Baku		
G	Belum adanya NIB dan Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan		
H	Persaingan Pasar yang Ketat		
I	Risiko gangguan sistem digital		
J	Harga produk pesaing lebih murah		

Lampiran 4. Penentu Tingkat (Rating) dan Bobot

PENENTU TINGKAT (RATING) FAKTOR STRATEGIS INTERNAL DAN EKSTERNAL

Nama Informan :

Umur :

Pendidikan :

Jabatan/Profesi :

Tujuan :

Untuk mengukur pengaruh masing-masing variable dari faktor internal dan eksternal terhadap kondisi usaha dalam mengembangkan usahanya, digunakan skala 1,2,3 dan 4 yang menandakan sberapa efektif strategi usaha saat ini.

1. Faktor Strategis internal
    a. Penilaian diberikan dengan cara menilai faktor-faktor strategis yang terdapat pada tabel dengan rata-rata industri atau pesaing utama
    b. Penilaian :

        1 = kelemahan utama 3 = kekuatan kecil

        2 = kelamahan kecil 4 = kekuatan utama

	Faktor Internal	**1**	**2**	**3**	**4**
	Kekuatan				
A	Rasa Dimsum yang otentik, enak, berkualitas sebagai pelopor dimsum mentai				
B	Kemasan yang Menarik				
C	Lokasi Outlet Shu.Maique yang strategis				
D	Inovasi Produk Varian beragam				
E	Pemasaran digital				
	Kelemahan	**1**	**2**	**3**	**4**
F	Biaya operasional yang tinggi				
G	Bahan produksi tersedia di lokasi tertentu				
H	Terbatasnya Sumber Daya Manusia				
I	Produk Tidak Tahan Lama				
J	Pengelolaan struktur organisasi belum optimal				

2. Faktor Strategis Eksternal

   Untuk menetukan rating peluang dan ancaman dengan cara memberikan peringkat 1 sampai 4, yaitu :

   a. Penilaian faktor peluang dan ancaman :

      1 = Jika faktor dinilai sangat lemah pengaruhnya bagi usaha

      2 = jika faktor dinilai lemah pengaruhnya bagi usaha

      3 = jika faktor dinilai kuat pengaruhnya bagi usaha

      4 = jika faktor dinilai sangat kuat pengaruhnya bagi usaha

	Faktor Eksternal	**1**	**2**	**3**	**4**
	Peluang				
A	Meningkatnya daya beli masyarakat				
B	Sudah mempunyai Pemasok Tetap				
C	Peningkatan Kesadaran Masyarakat Akan Produk Halal				
D	Tren makanan sehat				
E	Digitalisasi pembayaran				
	Ancaman	**1**	**2**	**3**	**4**
F	Fluktuasi Harga Bahan Baku				
G	Belum adanya NIB dan Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan				
H	Persaingan Pasar yang Ketat				
I	Risiko gangguan sistem digital				
J	Harga produk pesaing lebih murah				

Kuisioner Penentu Bobot

Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Di Kabupaten Sidenreng Rappang : Studi Kasus Shu.Maique

Nama Informan :

Umur :

Pendidikan :

Jabatan/Profesi :

Petunjuk Umum :

1. Pengisian kuisioner dilakukan secara tertulis oleh Informan
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing Informan
3. Dalam pengisian kuisioner, Informan diharapkan untuk melakukannya secara sekaligus (tidak tertunda) untuk menghindari inkonsistensi jawaban
4. Seluruh definisi yang digunakan dalam kuisioner bersifat mutlak, karena merupakan rangkuman dari jawaban Informan pada poling

Petunjuk Khusus :

Alternatif pemberian bobot terhadap faktor-faktor strategi internal dan eksternal yang tersedia untuk kuisioner ini adalah dengan memberikan nilai 1,2,atau 3 yang paling sesuai menurut Informan dengan cara sebagai berikut:

1 = jika indikator horizontal kurang penting dari pada indikator vertikal

2 = jika indikator horizontal sama penting dari pada indikator vertikal

3 = jika indikator horizontal lebih penting dari pada indikator vertikal

Contoh :

a. Jika (poin A) kurang penting (poin B), maka nilai untuk A pada baris B = 1
b. Jika (poin A) sama penting dari pada (poin B), maka nilai untuk A pada baris B = 2
c. Jika (poin A) lebih penting dari pada (poin B), maka nilai untuk A pada baris B = 3

Penentuan Bobot Faktor Strategis **Internal**

	Faktor-Faktor Strategis Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
A	Rasa Dimsum yang otentik, enak, berkualitas sebagai pelopor dimsum mentai										
B	Kemasan yang Menarik										
C	Lokasi Outlet Shu.Maique yang strategis										
D	Inovasi Produk Varian beragam										
E	Pemasaran digital										
F	Biaya operasional yang tinggi										
G	Bahan produksi tersedia di lokasi tertentu										
H	Terbatasnya Sumber Daya Manusia										
I	Produk Tidak Tahan Lama										
J	Pengelolaan struktur organisasi belum optimal										

Penentuan Bobot Faktor Strategis **Eksternal**

	Faktor-Faktor Strategis Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
A	Meningkatnya daya beli masyarakat										
B	Sudah mempunyai Pemasok Tetap										
C	Peningkatan Kesadaran Masyarakat Akan Produk Halal										
D	Tren makanan sehat										
E	Digitalisasi pembayaran										
F	Fluktuasi Harga Bahan Baku										
G	Belum adanya NIB dan Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan										
H	Persaingan Pasar yang Ketat										
I	Risiko gangguan sistem digital										
J	Harga produk pesaing lebih murah										

Lampiran 5. Kuisioner Penentu Strategi QSPM

KUESIONER

Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Di Kabupaten Sidenreng Rappang : Studi Kasus Shu.Maique

PENENTU STRATEGI (METODE QSPM)

Oleh :

RUSKIAH KATANG

222290013

Nama Informan :

Jabatan/Profesi :

Umur :

Pendidikan :

Tujuan Mendapatkan penilaian para narasumber tentang tingkat daya Tarik faktor-faktor kunci terhadap alternatif-alternatif mana yang terbaik dan menjadi prioritas dalam pelaksanaanya.

Petunjuk Penilaian **:**

1. Pemberian nilai pada faktor-faktor kunci dengan mengajukan pertanyaan terlebih dahulu "apakah faktor ini mempengaruhi strategi pilihan dalam pelaksanaanya (strategi 1,2,3 dst)? Dan seberapa besar pengaruhnya?"
2. Alternatif penilaian

   1 = tidak menarik 3 = cukup menarik

   2 = agak menarik 4 = sangat menarik
3. Alternatif strategi pilihan yang akan diberikan penilaian:

   Strategi 1 : Melakukan pengembangan dan inovasi produk secara berkala

   Strategi 2 : Merekrut tenaga kerja yang kompeten

   Strategi 3 : Mengoptimalkan kemajuaan teknologi dan informan

   Strategi 4 : Mempertahankan dan Meningkatkan hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok /*supplier*

   Strategi 5 : Meningkatkan Keamanan Sistem Digital untuk mengatasi Risiko Gangguan Teknologi

   Strategi 6 : Percepatan proses NIB dan Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan

Faktor-faktor Utama	Bobot	Alternatif Strategi											
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Internal													
Rasa Dimsum yang otentik, enak, berkualitas sebagai pelopor dimsum mentai													
Kemasan yang Menarik													
Lokasi Outlet Shu.Maique yang strategis													
Inovasi Produk Varian beragam													
Pemasaran digital													
Biaya operasional yang tinggi													
Bahan produksi tersedia di lokasi tertentu													
Terbatasnya Sumber Daya Manusia													
Produk Tidak Tahan Lama													
Pengelolaan struktur organisasi belum optimal													
Eksternal													
Meningkatnya daya beli masyarakat													
Sudah mempunyai Pemasok Tetap													
Peningkatan Kesadaran Masyarakat Akan Produk Halal													
Tren makanan sehat													
Digitalisasi pembayaran													
Fluktuasi Harga Bahan Baku													
Belum adanya NIB dan Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan													
Persaingan Pasar yang Ketat													
Risiko gangguan sistem digital													
Harga produk pesaing lebih murah													

Lampira 6. Izin Penelitian

PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl.Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : http://simap-new.sulselprov.go.id Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor	:	**3543/S.01/PTSP/2025**	**Kepada Yth.**
Lampiran	:	-	Bupati Sidrap
Perihal	:	**Izin penelitian**	
			di-
			Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Parepare Nomor : 070/LPPM/II.3.AU/IP/2025 tanggal 05 Februari 2025 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	:	**RUSKIAH KATANG**
Nomor Pokok	:	222290013
Program Studi	:	Agribisnis Pertanian
Pekerjaan/Lembaga	:	Mahasiswa (S2)
Alamat	:	Gedung F3. 19 Kampus II UMPAR Jl. Jend. Ahmad Yani Km. 6 Kota Parepare

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun Tesis, dengan judul :

" STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DIMSUM DI KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG : STUDI KASUS SHU.MAIQUE "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. ***13 Februari s/d 13 Maret 2025***

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami ***menyetujui*** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 13 Februari 2025

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN

ASRUL SANI, S.H., M.Si.
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Parepare di Makassar;
2. *Pertinggal.*

PEMERINTAH KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
JL. HARAPAN BARU KOMPLEKS SKPD BLOK A NO. 5 KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
PROVINSI SULAWESI SELATAN
Telepon (0421) - 3590005 Email : ptsp_sidrap@yahoo.co.id Kode Pos : 91611

IZIN PENELITIAN

Nomor : 93/IP/DPMPTSP/2/2025

DASAR
1. Peraturan Bupati Sidenreng Rappang No. 1 Tahun 2017 Tentang Pendelegasian Kewenangan di Bidang Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidenreng Rappang
2. Surat Permohonan **RUSKIAH KATANG** Tanggal **14-02-2025**
3. Berita Acara Telaah Administrasi / Telaah Lapangan dari Tim Teknis **DPMPTSP PROVINSI SULAWESI SELATAN**
   Nomor **3543/S.01/PTSP/2025** Tanggal **13-02-2025**

M E N G I Z I N K A N

KEPADA
NAMA : **RUSKIAH KATANG**
ALAMAT : **JL JEND. SUDIRMAN NO 156**
UNTUK : melaksanakan Penelitian dalam Kabupaten Sidenreng Rappang dengan keterangan sebagai berikut :

NAMA LEMBAGA / UNIVERSITAS	: **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE**
JUDUL PENELITIAN	: **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DIMSUM DI KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG : STUDI KASUS SHU.MAIQUE**
LOKASI PENELITIAN	: **KECAMATAN BARANTI**
JENIS PENELITIAN	: **KUALITATIF**
LAMA PENELITIAN	: **14 Pebruari 2025 s.d 14 April 2025**

Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung

Dikeluarkan di : Pangkajene Sidenreng
Pada Tanggal : 14-02-2025

PEMERINTAH KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Biaya : Rp. 0,00

Tembusan :
USAHA SHU. MAIQUE

Lampiran 7. Dokumentasi

Lampiran 7. Dokumentasi

	
Proses Pembuatan Kulit Dimsum	Penggilingan daging ayam
	
Pembentukan Dimsum	Olahan dimsum sebelum dikukus
	
Olahan dimsum sesudah dikukus	Tempat Penyimpanan Dimsum

	
Tempat Penyimpanan Bahan dimsum	Wawancara dengan Pemilik Shu.Maique
	
Wawancara dengan Karyawan Shu.Maique	Wawancara dengan Kepala Bidang UMKM Dinas Koperasi, UMKM, Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Sidenreng Rappang
	
Wawancara dengan Konsumen Shu.Maique	Produk Dimsum Shu.Maique

RIWAYAT HIDUP



Ruskiah Katang, lahir di Pangkajene pada 29 Maret 1997, merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Katang Cendeng dan Hj. Nursiah, S.ST. Pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar di SD Negeri 1 Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang yang diselesaikan pada tahun 2008, kemudian melanjutkan pendidikan menengah ke SMP Negeri 1 Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang yang diselesaikan pada tahun 2011. Pendidikan Menengah atas diselesaikan di SMA Negeri 1 Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang yang diselesaikan pada tahun 2014, penulis melanjutkan pendidikannya diperguruan tinggi Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian (STPP) Gowa pada Program Studi Penyuluh Pertanian dan berhasil mendapatkan gelar Diploma IV pada tahun 2018. Setelah menyelesaikan pendidikan Program Diploma IV penulis kemudian melanjutkan pendidikan di Program Magister Agribisnis Universitas Muhammadiyah Parepare pada tahun 2022.