

Pelatihan Akuntansi Usaha dan Marketing Berbasis Platform Digital Bagi UMKM di Desa Yosowilangun Lor, Lumajang

Rizki Adi Candra⁽¹⁾, Setyowati Nurrohmah⁽¹⁾, Ahmad Fajarudin⁽¹⁾, Satya Ekasari⁽¹⁾,
Silvani Aliffia Fitriyatiningtyas⁽¹⁾, Luthfiyah Khairunnisa⁽¹⁾, dan Basuki^{(2)*}

⁽¹⁾Mahasiswa KKN UMD Universitas Jember, Kelompok 195, tahun 2023

⁽²⁾Program Studi Ilmu Tanah, Fakultas Pertanian, Universitas Jember

Jl. Kalimantan No.37, Kampus Bumi Tegalboto, Jember, 68121, Indonesia

Email : (*) basuki@unej.ac.id

ABSTRAK

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada UMKM Desa Yosowilangun Lor terdapat kendala pada pemasaran yang masih tradisional. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu permasalahan UMKM pada pemasaran produk agar UMKM lebih maju dan penjualan produk dapat meningkat melalui digital marketing. Tahapan kegiatan dilakukan dengan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan UMKM. Materi yang disampaikan meliputi tata cara foto dan video produk yang benar, penggunaan social media dan copywriting, penerapan akuntansi usaha, dan penandaan lokasi google maps. Para pelaku UMKM mengikuti kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan UMKM dengan antusias. Sehingga hal itu menunjukkan bahwa pelaku UMKM memberikan sikap positif serta memiliki minat dan rasa ingin tahu yang tinggi dalam mengikuti kegiatan yang sudah dilaksanakan.

Kata kunci: *Digital Marketing, Social Media, UMKM*

ABSTRACT

Based on the identification of problems that occur in UMKM (MSME) in Yosowilangun Lor Village, there are obstacles to marketing that are still traditional. This activity aims to help MSMEs with problems in product marketing so that MSMEs are more advanced in product sales can increase through digital marketing. The stages of the activity encompassed socialization, training, and mentoring of MSMEs. The activities are training in producing product photos and videos, the use of social media and copywriting, the use of application of business accounting, and tagging Google Maps locations. MSME actors enthusiastically participate in MSME outreach, training, and mentoring activities. Therefore, this shows that MSME actors have a positive attitude and have high interest and curiosity in participating in the accomplished activities.

Keywords: *Digital Marketing, MSME, Social Media*

Submit: 07.02.2024	Revised: 29.02.2024	Accepted: 11.03.2024	Available online: 15.03.2024
-----------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

PENDAHULUAN

Tantangan terbesar para pelaku UMKM di era serba digital saat ini adalah cara menarik perhatian pelanggan dan memperluas jangkauan pemasaran. Bergesernya perilaku konsumen ke ranah digital memaksa para pelaku UMKM harus mampu menyesuaikan strategi pemasaran yang relevan dan dapat menarik perhatian pelanggan. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional kini telah terintegrasi dalam dunia digital. Kegiatan pemasaran yang menggunakan kecanggihan teknologi digital sering kali disebut dengan digital marketing atau pemasaran digital (Basuki, Romadhona, Purnamasari, & Sari, 2021).

Salah satu media digital marketing yang sering digunakan untuk memasarkan produk saat ini adalah melalui media sosial (*Facebook, Instagram, Whatsapp dan Tiktok Shop*). Aplikasi media sosial merupakan aplikasi yang bisa didapatkan secara gratis dan cara penggunaannya tergolong cukup mudah untuk memasarkan dan mengenalkan produk kepada khalayak luas. Salah satu fitur yang ada pada sosial media *instagram* adalah memiliki fitur akun bisnis sehingga memudahkan pelaku UMKM untuk membuat profil bisnisnya di *instagram* dan mengoptimalkan pemasaran produknya (Damanhuri, Erdiansyah, Eliyatiningasih, Pratama, & Sari, 2020; Sari, Mandala, Basuki, & Utami, 2023). Selain media sosial, para pelaku UMKM juga dapat memasarkan produknya melalui aplikasi *Google Maps*. Salah satu keuntungan menggunakan *Google Maps* yaitu dapat memasang pin lokasi yang langsung mengarahkan ke tempat UMKM sekaligus dapat membuat profil usaha berupa foto produk, nomor pemilik dan jam operasional.

Di era sekarang ini, para pelaku UMKM seharusnya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu alat untuk memasarkan dan mengenalkan produknya sehingga akan menjadi daya tarik konsumen sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran. Pemasaran digital menjadi faktor penting dalam menarik perhatian pelanggan (Abdurrahman, Oktavianto, Habibie, & Hadiyatullah, 2020). Akan tetapi masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi yang telah tersedia. Terlebih lagi masih banyak UMKM yang belum mengetahui seberapa besar peranan dan manfaat penggunaan media digital yang telah tersedia di era saat ini, khususnya UMKM yang ada di Desa Yosowilangun Lor Kabupaten Lumajang.



Gambar 1. Pisang Agung dari Kabupaten Lumajang

Desa Yosowilangun Lor merupakan desa yang terletak di Kecamatan Yosowilangun, Kabupaten Lumajang, Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 985 Ha dan sebagian besar masyarakat bermata pencaharian sebagai petani (data profil desa Yosowilangun, 2022). Selain petani, masyarakat di Desa Yosowilangun juga bermata pencaharian sebagai pelaku Usaha Mikro

Kecil Menengah (UMKM). Setidaknya ada 64 UMKM yang terdiri dari pengusaha batik, kekripi, pengolahan batu bata, pengolahan minuman dan makanan, pengrajin mebel, dan masih banyak yang lainnya. Beberapa UMKM yang ada di Desa Yosowilangun yang dapat dikembangkan untuk beralih ke digital marketing adalah pengrajin batik, pengolahan camilan dan pengolahan minuman dan makanan. Banyaknya UMKM di Desa Yosowilangun memiliki potensi dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sebagai contoh UMKM yang bergerak dibidang batik, batik yang dikembangkan berasal dari bahan alami dengan pewarna dari alam yang mana termasuk batik tulis yang saat ini sulit untuk dipasarkan karena belum memiliki wadah promosi. Batik tulis saat ini masih skala rumah tangga tetapi memiliki kualitas yang baik karena beberapa kali diikutkan dalam pameran dan promosi produk unggulan baik di Kabupaten Lumajang maupun luar kabupaten. Produk lain yang tidak kalah dibanding produk batik di UMKM Desa Yosowilangun yaitu kekripi dimana memiliki kekhasan tersendiri dengan bahan yang merupakan icon Kota Lumajang. Kekripi yang dikembangkan yaitu kekripi pisang dengan berbagai jenis varietas pisang sehingga bilamana dilihat dari rasa dan tekstur kerenyahan berbeda. Kekripi pisang yang dikembangkan berasal dari jenis varietas pisang agung, pisang emas, pisang barlin, pisang gajah bali. Pisang Agung yang berasal dari Kabupaten Lumajang memiliki 1-2 sisir dengan sisir berjumlah 10-12 pisang. Gambar 1 merupakan contoh satu sisir Pisang Agung.

IDENTIFIKASI MASALAH

Pelaku UMKM di Desa Yosowilangun Lor Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang pada saat ini hanya menawarkan berbagai jenis produk makanan dan minuman tradisional dengan memasarkannya melalui aplikasi *whatsapp* maupun *facebook* (Abdurrahman, Oktavianto, Habibie, & Hadiyatullah, 2020). Selain itu, seringkali para pelaku UMKM juga memiliki kendala pada pembukuan hasil pemasukan maupun pengeluaran yang diperoleh serta kendala pada para pembeli terkait lokasi penandaan *google maps* yang kurang tepat. Sehingga para pelaku UMKM membutuhkan pendampingan agar produk yang ditawarkan dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Berdasarkan hal tersebut, KKN UMD Universitas Jember kelompok 195 mengajukan solusi untuk membantu permasalahan pada UMKM dengan memberikan pelatihan *digital marketing* yang meliputi pelatihan foto dan video produk yang benar, pelatihan *social media* dan *copywriting*, akuntansi usaha, dan penandaan lokasi *google maps*. Hal tersebut diharapkan dapat menjadi peluang untuk UMKM Desa Yosowilangun Lor agar lebih maju dan penjualannya mengalami peningkatan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan “Pelatihan Digital Marketing dan Akuntansi Usaha Berbasis Platform Digital Guna Meningkatkan Jangkauan Pemasaran Produk UMKM” dilaksanakan dalam rentang waktu 27 Juli sampai dengan 20 Agustus 2023. Pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi 3 tahapan yang masing-masing tahapan dilaksanakan pada hari yang berbeda. Kegiatan pelatihan 1 dilaksanakan pada hari Kamis, 27 Juli 2023 dan untuk kegiatan pelatihan 2 dilaksanakan di hari Rabu, 2 Agustus 2023. Sedangkan kegiatan pendampingan UMKM dilaksanakan pada rentang waktu 3 sampai 20 Agustus 2023 di masing-masing tempat usaha mereka. Kegiatan pelatihan 1 dan 2 bertempat di Balai Desa Yosowilangun Lor dengan panitia pelaksana terdiri dari mahasiswa KKN UMD Universitas Jember yang telah berkoordinasi dengan perangkat desa setempat dalam mensosialisasikan kegiatan pelatihan ini kepada masing-masing UMKM yang terpilih. Kegiatan yang dilakukan meliputi sosialisasi, pelatihan dan pendampingan pada masing-masing UMKM yang dipilih (Basuki, Sari, & Tanzil, 2022; Basuki, Sari, & Mandala, 2022; Susanti, 2020). Kegiatan dilaksanakan dengan metode ceramah dan diskusi langsung antara mahasiswa KKN UMD Universitas Jember dengan pelaku UMKM.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan

No	Kegiatan	Luaran	Sub Kegiatan
1.	Koordinasi dengan perangkat desa	Penyediaan sarana dan prasarana	Koordinasi dengan Kepala Desa Yosowilangun Lor serta pengurus desa untuk menentukan waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan
2.	Sosialisasi serta pelatihan <i>digital marketing</i> dan akuntansi usaha	Pengetahuan tentang konsep-konsep <i>digital marketing</i> , akuntansi usaha, dan optimalisasi penggunaan internet	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sosialisasi dan pelatihan cara foto dan video produk yang benar 2. Sosialisasi dan pelatihan tentang akuntansi usaha 3. Sosialisasi dan pelatihan tentang penandaan lokasi <i>google maps</i> 4. Sosialisasi serta pelatihan tentang <i>social media</i> dan <i>copywriting</i>
3.	Pendampingan UMKM terkait program <i>digital marketing</i>	Optimalisasi penggunaan teknologi informasi berbasis elektronik berupa <i>handphone</i> dan jaringan internet	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendampingan foto dan video produk yang benar 2. Pendampingan pembukuan pengeluaran dan pemasukan secara <i>digital</i> dengan aplikasi buku kas 3. Pendampingan penandaan lokasi <i>google maps</i> 4. Pendampingan penggunaan <i>social media</i> seperti <i>instagram</i>, <i>facebook</i>, <i>whatsapp business</i>, <i>tiktok</i> dan <i>shopee</i>.

Metode pelaksanaan pelatihan dilakukan berdasarkan solusi permasalahan yang ditawarkan secara rinci dapat dilihat pada Tabel 1. Pelatihan diawali dengan sosialisasi pengetahuan tentang platform digital untuk pengembangan usaha dan diikuti dengan demonstrasi langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pelatihan *digital marketing* dan pendampingan pelaku UMKM yang telah dilaksanakan di Desa Yosowilangun Lor dapat berjalan dengan sangat baik dan lancar. Berikut ini merupakan hasil-hasil yang telah diperoleh dari kegiatan yang dilaksanakan antara lain:

a. Sosialisasi Serta Pelatihan *Digital Marketing* dan Akuntansi Usaha

Pada kegiatan sosialisasi serta pelatihan *digital marketing* dan akuntansi usaha, para pelaku UMKM diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang konsep-konsep *digital marketing* yang meliputi cara foto dan video produk yang benar, penerapan akuntansi usaha, penandaan lokasi *google maps*, serta penggunaan *social media* dan *copywriting* (Kamaludin, 2020). Kegiatan ini dilaksanakan dalam 2 kali pertemuan.



Gambar 2. Pelatihan Foto dan Video Produk yang Benar

Pertemuan pertama dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 27 Juli 2023 yang dimulai dari jam 09.30 sampai 12.00 WIB dengan dihadiri oleh 12 pelaku UMKM (Gambar 2). Pada pertemuan kedua hari Rabu tanggal 2 Agustus 2023 dimulai pukul 10.00 sampai 12.00 WIB dengan dihadiri 8 pelaku UMKM. Para pelaku UMKM mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan dengan sangat antusias, hal tersebut dapat diamati dari para pelaku UMKM yang menyimak penjelasan dari pemateri dengan baik dan mengikuti himbauan untuk membawa produknya sebagai bahan foto dan video produk masing-masing. Para pelaku UMKM juga antusias dalam berdiskusi dengan pemateri sampai acara selesai (Humairah & Awaru, 2017). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM menyambut kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang dilaksanakan dengan sikap yang positif.

b. Pendampingan UMKM Terkait Program *Digital Marketing*

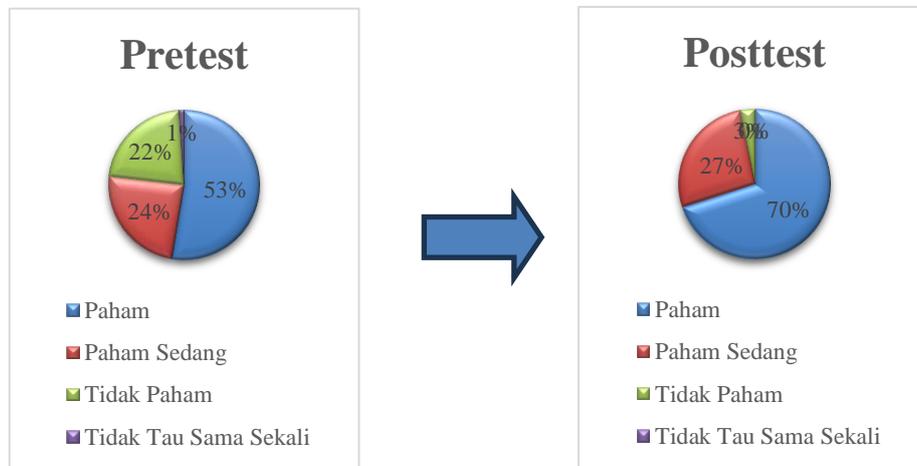
Pada kegiatan pendampingan UMKM, para pelaku UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi berbasis elektronik berupa *handphone* dan jaringan internet. Kegiatan ini dilaksanakan di tempat masing-masing para pelaku UMKM melakukan produksi. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi pendampingan foto dan video produk yang benar, penandaan lokasi *google maps*, serta penggunaan *social media* seperti *instagram*, *facebook*, *whatsapp business*, *tiktok* dan *shopee* (Hidayati, Pungkasanti, & Wakhidah, 2020; Sasa, Adi, Triono, & Supanto, 2021). Selain itu, para pelaku UMKM juga dibimbing dalam pembuatan konten digital untuk diunggah di *social media* yang telah dibuat. Kegiatan pendampingan UMKM tentang *digital marketing* telah dilaksanakan di satu UMKM yaitu UMKM camilan bunda gizka pada hari Jum'at tanggal 4 Agustus 2023 dimulai dari jam 09.00 sampai 12.30 WIB. Kegiatan dilaksanakan dengan metode ceramah dan diskusi langsung antara mahasiswa KKN UMD Universitas Jember kelompok 195 dan pelaku UMKM apabila terdapat pertanyaan. Selama kegiatan pendampingan berlangsung, pelaku UMKM sangat antusias mengajukan pertanyaan terkait pembuatan konten digital dan berbagi pengalaman selama berjualan. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki minat dan rasa ingin tahu yang tinggi dalam mengikuti kegiatan pendampingan yang dilaksanakan. Gambar 3 merupakan foto kegiatan pendampingan disertai dengan sampel produk yang siap dipasarkan.



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan UMKM

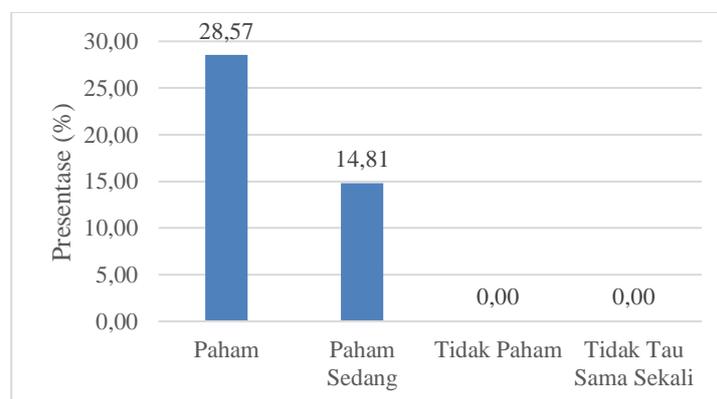
Beberapa faktor yang menjadi penunjang keberhasilan pelaksanaan program kegiatan pelatihan dan pendampingan UMKM adalah antusiasme dari masing-masing UMKM Desa Yosowilangun Lor. Masing-masing UMKM Desa Yosowilangun Lor berpartisipasi dengan aktif dalam semua rangkaian kegiatan mulai dari kegiatan sosialisasi program digital marketing, pelatihan digital marketing dan akuntansi usaha, serta pelaksanaan pendampingan UMKM. Sarana dan prasarana kegiatan ini telah disediakan oleh pemerintah desa Yosowilangun Lor sehingga tidak terdapat kendala dalam pengadaan peralatan yang diperlukan. Namun, kendala yang dihadapi mahasiswa KKN UMD Universitas Jember saat di lapangan adalah mayoritas UMKM sulit untuk

dilakukan pendampingan dikarenakan kesibukan mereka dalam berjualan sehingga hanya terdapat 2 UMKM yang dapat dilakukan pendampingan sampai selesai. Oleh karena itu, program kegiatan pelatihan dan pendampingan UMKM yang telah dijalankan mahasiswa KKN UMD Universitas Jember diharapkan dapat diterapkan dan dikembangkan oleh pemerintah desa Yosowilangun Lor agar para pelaku dapat terus mengembangkan usahanya di berbagai media sosial serta pelaku UMKM dapat memperbaiki foto dan video produk untuk dipasarkan.



Gambar 4. Evaluasi Program Dengan Pretest dan Posttest

Hasil evaluasi kegiatan berupa *pretest* dan *posttest* ditunjukkan pada Gambar 4. Ukuran keberhasilan kegiatan dapat dilihat dari beberapa parameter diantaranya pemahaman peserta dalam menyerap materi baik sosialisasi dan pelatihan. Dari grafik ini menunjukkan bahwa saat *pretest* pemahaman terkait dengan materi dengan kategori paham terdapat sebanyak 53% dan terjadi peningkatan kelompok yang paham setelah sosialisasi dan pelatihan yang ditunjukkan dari hasil *posttest* sebesar 70%.



Gambar 5. Peningkatan Pemahaman Peserta

Peningkatan ini berdampak merupakan penurunan jumlah peserta yang tidak paham yang sebelum pelatihan sebesar 22% yang menurun menjadi 3% dan peserta yang tidak tahu sama sekali menjadi 0%. Dari Gambar 5 dapat dinilai bahwa terjadi peningkatan pemahaman peserta dengan kriteria paham sebesar 28,57% dan kategori paham sedang sebesar 14,81% sehingga bilamana peserta menggunakan materi sosialisasi dan pelatihan ini dalam bisnis maka akan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Yosowilangun Lor.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pelatihan digital marketing dan akuntansi usaha berbasis platform digital pada UMKM di Desa Yosowilangun Lor, dapat disimpulkan bahwa pelatihan digital marketing dan akuntansi usaha berbasis platform digital pada pelaku UMKM di desa setempat telah terlaksana dengan baik dan peserta pelatihan yang terdiri dari beberapa pelaku UMKM mengikuti pelatihan tersebut dengan sangat antusias. Pada sisi promosi, pelaku UMKM yang sebelumnya hanya memasarkan produknya secara tradisional dan kurang optimal untuk memasarkan produknya pada khalayak luas kini telah merambah ke pemasaran digital dengan memanfaatkan beberapa sosial media sebagai media pemasaran dengan jangkauan yang lebih luas.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kami sampaikan kepada Universitas Jember yang telah mengadakan kegiatan KKN UMD tahun 2023. Tak lupa kami sampaikan terimakasih juga kepada para pelaku UMKM di Desa Yosowilangun Lor, Kecamatan Yosowilangun, Kabupaten Lumajang telah bersedia menjadi peserta dalam pelaksanaan pelatihan digital marketing dan akuntansi usaha berbasis platform digital. Semoga seluruh kegiatan yang telah terlaksana dapat bermanfaat dan berdampak positif pada masyarakat yang lebih luas.

REFERENCES

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88-92. doi:<https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Basuki, Romadhona, S., Purnamasari, L., & Sari, V. K. (2021). Kemandirian Masyarakat Desa Sekarputih Kecamatan Tegalampel Dalam Meningkatkan Kualitas Tanah Melalui Pembuatan Pupuk Organik Kotoran Sapi. *Selaparang : Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 981-985. doi:<https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6699>
- Basuki, Sari, V. K., & Mandala, M. (2022). Pemanfaatan Bahan Organik Sebagai Solusi Solum Tanah Dangkal di Desa Slateng Kecamatan Ledokombo Kaki Gunung Raung. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(1), 208-213. doi:<https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i1.1407>
- Basuki, Sari, V. K., & Tanzil, A. I. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Limbah Pertanian Sebagai Pupuk dan Mulsa Organik Bagi Kelompok Tani Harapan Desa Slateng Ledokombo Menuju Zero Waste. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(3), 28-33. doi:<https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i3.1965>
- Damanhuri, Erdiansyah, I., Eliyatningsih, Pratama, A. W., & Sari, V. K. (2020). Pelatihan Enkapsulasi Pupuk Rhizobium spp pada Media Cair dan Granular untuk Tanaman Kedelai di Desa Sukorejo Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. *Journal of Innovation and Applied Technology*, 6(2), 1025-1030. doi:<http://dx.doi.org/10.21776/ub.jiat.2020.006.02.3>
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119-124. doi:<https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Humairah, H., & Awaru, A. O. T. (2017). Penggunaan Media Pembelajaran Audio Visual Dalam Meningkatkan Keaktifan Belajar Sosiologi Siswa Kelas XI IPS di Madrasah Alyiah Buntu Barana Kabupaten Enrekang. *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 4(3), 61-64. doi:<https://doi.org/10.26858/sosialisasi.v0i0.12070>

- Kamaludin, M. (2020). Media Sosial Sebagai Budaya Baru Pembelajaran di SD Muhammadiyah 9 Malang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 17-27. doi:<https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.31>
- Sari, V. K., Mandala, M., Basuki, & Utami, R. A. (2023). Pengembangan Pertanian Terpadu di Desa Slateng Kecamatan Ledokombo Kabupaten Jember melalui Pengkayaan Pupuk Organik dengan Mikroba Fungsional. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(1), 20-24. doi:<https://doi.org/10.29303/jpmpi.v6i1.2205>
- Sasa, S., Adi, D. S., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing. *Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358-371. doi:<https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada UMKM Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 36-50. doi:<https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>