

PENGEMBANGAN WEBSITE E-MARKET PRODUK UNGGULAN DESA AIR RUAI DALAM UPAYA MENINGKATKAN JANGKAUAN PEMASARAN UMKM DESA

Laurentinus¹, Sarwindah², Benny Wijaya³, Dimaz Prasetyo⁴, Jefri Ardian Saputra⁵

^{1,3} Fakultas Teknologi Informasi, Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur

^{2,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur

*Laurentinus99@gmail.com

Abstract

This community service activity aims to support the economic potential of Air Ruai Village, Bangka Regency, by developing an e-market website as a marketing platform for the village's MSME flagship products. The program addresses the limitations of conventional marketing by leveraging digital technology to expand market reach. Implementation methods include identifying MSME needs, training in website design and management, and providing technical assistance for using the e-market platform. The website features key functionalities such as a product catalog, MSME information, and seamless WhatsApp integration for order management. Results show significant interest from Air Ruai village officials and MSME representatives in expanding market access. The six-month program was carried out by three lecturers and two MBKM students, focusing on developing the e-market website and training village officials and MSMEs. This initiative is expected to serve as a digital empowerment model to foster village economic growth and improve local community welfare. Additionally, it aims to consolidate superior village products across Bangka Belitung Province, producing high-quality goods with national and international export value.

Keywords : village product, MSMEs, e-market, marketing, website.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendukung pengembangan potensi ekonomi Desa Air Ruai, Kabupaten Bangka, melalui pembuatan website e-market sebagai sarana pemasaran produk unggulan UMKM desa. Program ini dilakukan untuk mengatasi kendala pemasaran konvensional yang terbatas dan memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan jangkauan pasar. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan UMKM, pelatihan desain dan pengelolaan website, serta pendampingan teknis dalam penggunaan platform e-market. Website ini dilengkapi fitur unggulan seperti katalog produk, informasi UMKM, dan integrasi sistem pemesanan kedalam whatsapp yang mudah digunakan. Hasil program menunjukkan minat dari petugas desa air ruai dan perwakilan UMKM dalam perluasan akses pasar secara signifikan. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan selama 6 bulan oleh 3 dosen dan 2 mahasiswa MBKM untuk mengembangkan website e-market dan pelatihan pegugas dan UMKM desa air ruai. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan digital untuk mendukung pertumbuhan ekonomi desa dan kesejahteraan masyarakat lokal sehingga dapat dikumpulkan produk-produk unggulan desa di seluruh Provinsi Bangka Belitung menghasilkan produk-produk yang berkualitas, memiliki nilai jual secara nasional hingga ekspor internasional.

Kata Kunci: Produk desa, UMKM, e-market, pemasaran, website.

Submitted: 2024-12-15

Revised: 2024-12-20

Accepted: 2024-12-26

Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor kehidupan, termasuk di bidang ekonomi dan kewirausahaan. Dalam konteks ini, digitalisasi menjadi peluang besar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk berkembang, terutama di daerah pedesaan. Namun, banyak UMKM di desa-desa yang masih menghadapi tantangan besar dalam mengakses pasar yang lebih luas dan memanfaatkan teknologi digital untuk menunjang usaha mereka. Desa Air Ruai adalah salah satu contoh wilayah di mana potensi ekonomi lokal yang besar belum sepenuhnya tergarap secara optimal karena keterbatasan akses terhadap teknologi dan digital marketing.

Proses analisis situasi dan permasalahan mitra diperoleh dengan dilakukan FGD (Forum Group Discussion) antara penulis dengan kepala desa air ruai, dimana analisa situasi yang terjadi yaitu

kelurahan air ruai yang merupakan bagian dari kabupaten Bangka belum bisa memenuhi layanan masyarakat khususnya UMKM agar dapat dipantau, dibina, dan dipromosikan dengan memanfaatkan digitalisasi untuk mengembangkan usaha ke industry 4.0.

Potensi yang dimiliki desa air ruai dalam mendukung produk unggulan daerah yang diproduksi UMKM terhambat oleh promosi yang belum cukup baik dalam branding maupun pemasaran. Pihak desa air ruai telah melakukan beberapa kegiatan rutin dalam menunjang peningkatan UMKM yaitu dengan menyediakan pasar modern yang didesain sebagai pusat belanja hingga pengadaan kegiatan desa yang terpusat, namun hal ini berdampak lokal, dibutuhkannya scale up UMKM di tingkat yang lebih luas, dan memanfaatkan internet dan media sosial.

Untuk menjawab tantangan tersebut, pengembangan aplikasi E-Market Desa dan pembinaan digital marketing bagi UMKM di Desa Air Ruai menjadi solusi yang sangat relevan. Aplikasi E-Market Desa tidak hanya akan membuka akses pasar yang lebih luas bagi produk-produk UMKM setempat, tetapi juga akan meningkatkan efisiensi dalam proses pemasaran dan penjualan. Selain itu, melalui pembinaan digital marketing, para pelaku UMKM akan dibekali keterampilan dan pengetahuan dalam memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk mereka, sehingga mampu bersaing di era ekonomi digital.

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menciptakan technopreneur di Desa Air Ruai melalui integrasi teknologi dengan potensi ekonomi lokal. Dengan adanya aplikasi E-Market Desa dan dukungan strategi digital marketing yang tepat, UMKM diharapkan mampu mengoptimalkan potensi bisnis mereka, meningkatkan daya saing, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan. Penelitian mengenai Pengaruh Digitalisasi terhadap Pendidikan dan Pasar Kerja dilakukan oleh Arif et al. (2023) dimana mengevaluasi efektivitas e-learning dalam pendidikan pasar modal. Penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi meningkatkan aksesibilitas pembelajaran, meskipun keberhasilannya bergantung pada desain program yang interaktif dan adaptif. Bănescu et al. (2022) menyatakan bahwa e-commerce memiliki dampak signifikan pada pasar tenaga kerja, seperti munculnya pekerjaan baru berbasis teknologi dan perubahan pada jenis keterampilan yang dibutuhkan di era digital.

Penelitian mengenai E-Commerce dan Keberlanjutan dilakukan oleh Cheba et al. (2021) menyoroti bagaimana faktor eksternal memengaruhi pasar e-commerce di kota-kota, dengan fokus pada dampak terhadap lingkungan. Studi ini menunjukkan pentingnya kebijakan kota dalam mendukung e-commerce yang ramah lingkungan. Penelitian mengenai Pengembangan UMKM melalui E-Commerce oleh Edison & Kurnianingsih (2021) melakukan pendampingan sistem e-commerce untuk UMKM di daerah pesisir, dengan hasil peningkatan penjualan dan kesadaran akan pentingnya transformasi digital. Eka Kurnia et al. (2022) menekankan pengenalan e-commerce di Desa Kampai Seluma sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM desa melalui pelatihan dan pendampingan. Fathoni et al. (2022) membahas pengenalan e-commerce pada Pokdarwis Desa Cikakak, dengan fokus pada pemanfaatan teknologi untuk promosi pariwisata dan produk lokal. Penelitian Digital Marketing dan Strategi Digitalisasi dilakukan oleh Goldman et al. (2021) mengeksplorasi taktik pemasaran digital lintas batas di e-commerce. Penelitian ini menunjukkan perbedaan orientasi strategis antara pasar berkembang dan maju. Laurentinus et al. (2022) menguji optimasi digital marketing tipe afiliasi untuk UMKM, yang terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Program Pengabdian Berbasis E-Commerce dilakukan oleh Purnomo & Wijaya (2021) menyelenggarakan pelatihan implementasi e-commerce di Dusun Jetis, membantu masyarakat membuka peluang usaha baru. Putri et al. (2022) memberikan pendampingan digital marketing kepada BUMDes Desa Branjang, yang berhasil meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui promosi digital. Suwarni et al. (2022) menerapkan sistem pemasaran berbasis e-commerce pada produk batik tulis di Desa Balairejo, dengan hasil peningkatan pangsa pasar.

Penelitian Dampak E-Commerce pada Keberlanjutan Produk Lokal dilakukan Sarwindah et al. (2021) menyoroti pemanfaatan e-commerce untuk promosi usaha sayuran hidroponik rumahan, yang memperluas pasar lokal dan regional.

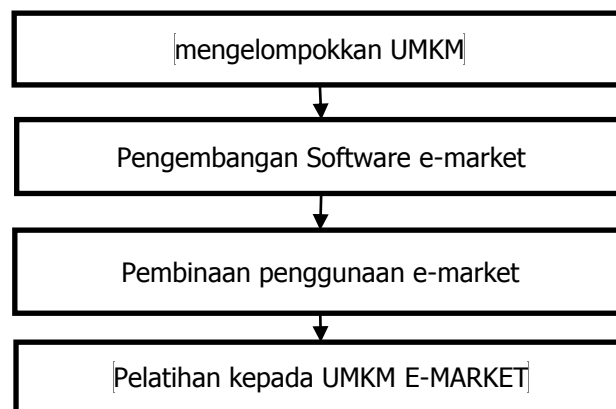
Penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi, terutama melalui e-commerce dan digital marketing, memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing UMKM, menciptakan lapangan kerja baru, dan mendukung keberlanjutan ekonomi lokal. Implementasi yang tepat memerlukan pelatihan, pendampingan, dan adaptasi terhadap kebutuhan lokal.

Metode

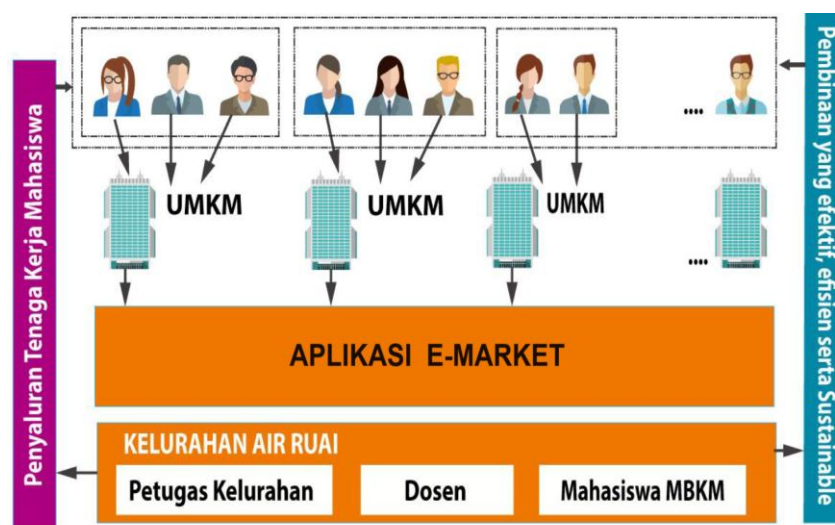
Permasalahan yang dihadapi Desa Air Ruai adalah bagaimana meningkatkan pemasaran menjadi lebih luas dengan produk yang menarik dan unggul.

Mengumpulkan dan mengelompokkan UMKM yang memiliki value usaha yang bernilai jual, dilakukan pembinaan hingga UMKM memiliki branding usaha yang baik dan memperluas jangkauan pemasaran pada website e-market airruai.

Waktu pelaksanaan dilakukan selama 6 bulan dengan 3 bulan berfokus pada pengembangan aplikasi website e-market dan 3 bulan berfokus membantu pelatihan terhadap petugas desa, dan dilanjutkan kedepannya membantu pelatihan promosi dan pengembangan produk UMKM desa air ruai.



Gambar 1. Tahapan pengabdian masyarakat



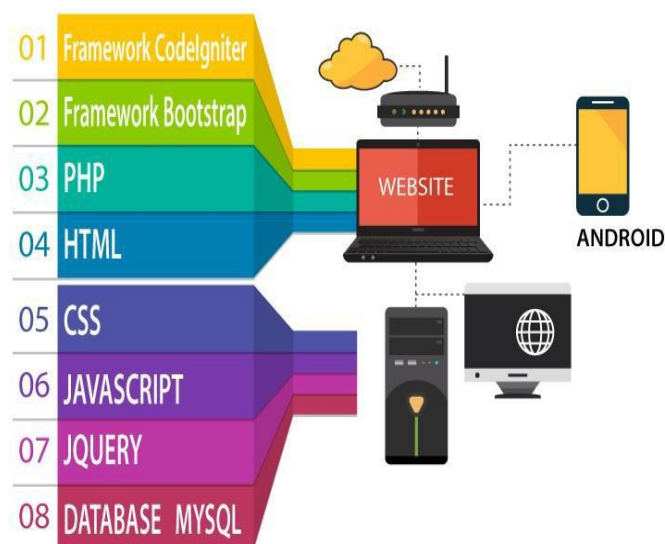
Gambar 2. Konsep Aplikasi E-market

Hasil dan Pembahasan

Dalam menciptakan desain antarmuka website e-market yang menarik dan responsif maka diterapkan framework CSS berupa bootstrap. Bootstrap adalah kerangka kerja CSS yang opensource dan bebas untuk merancang situs web dan aplikasi web. Kerangka kerja ini berisi templat desain berbasis HTML dan CSS untuk tipografi, formulir, tombol, navigasi, dan komponen antarmuka lainnya, serta juga ekstensi opsional JavaScript. Berikut hasil desain bootstrap yang open source dan responsif menyesuaikan ukuran layar perangkat :

Semua teknologi yang digunakan dalam digitalisasi berbasis open source atau gratis sehingga mudah dilakukan maintenance, murah, dan terdapat banyak forum yang bisa digunakan untuk menyelesaikan fitur-fitur E-Market untuk menampilkan produk, branding, marketing, hingga proses penjualan. Aplikasi ini berjalan secara client server yaitu dibutuhkannya server untuk database server dan web server.

Website e-market yang telah diupload ke dalam web server dan dionlinekan dapat diakses dimana saja oleh UMKM, kelurahan air ruai, mahasiswa MBKM, dan seluruh masyarakat Indonesia. Website e-market dapat diakses oleh seluruh perangkat dari laptop, tab, personal computer, hingga smartphone.



Gambar 3. Teknologi yang digunakan dalam Website e-market

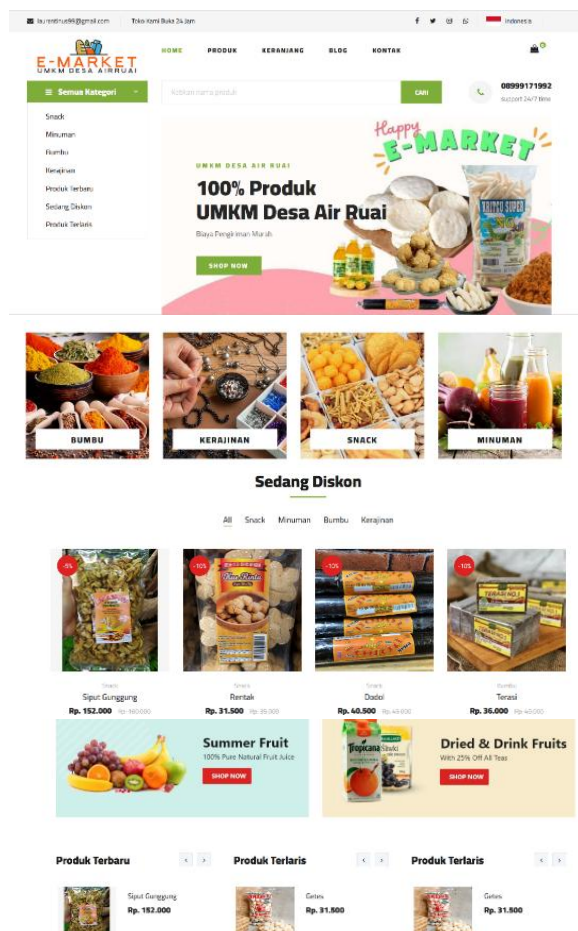
Dikarenakan perkembangan user smartphone yang semakin banyak dengan ukuran yang berbeda, tampilan website E-MARKET akan menyesuaikan layout ukuran smartphone menggunakan bootstrap dikarenakan telah menerapkan teknologi responsif menyesuaikan ukuran perangkat secara otomatis. Sehingga aplikasi e-market dapat diakses dimana saja, kapan saja, dan menggunakan perangkat apa saja.



Gambar 4. Penjelasan implementasi e-market



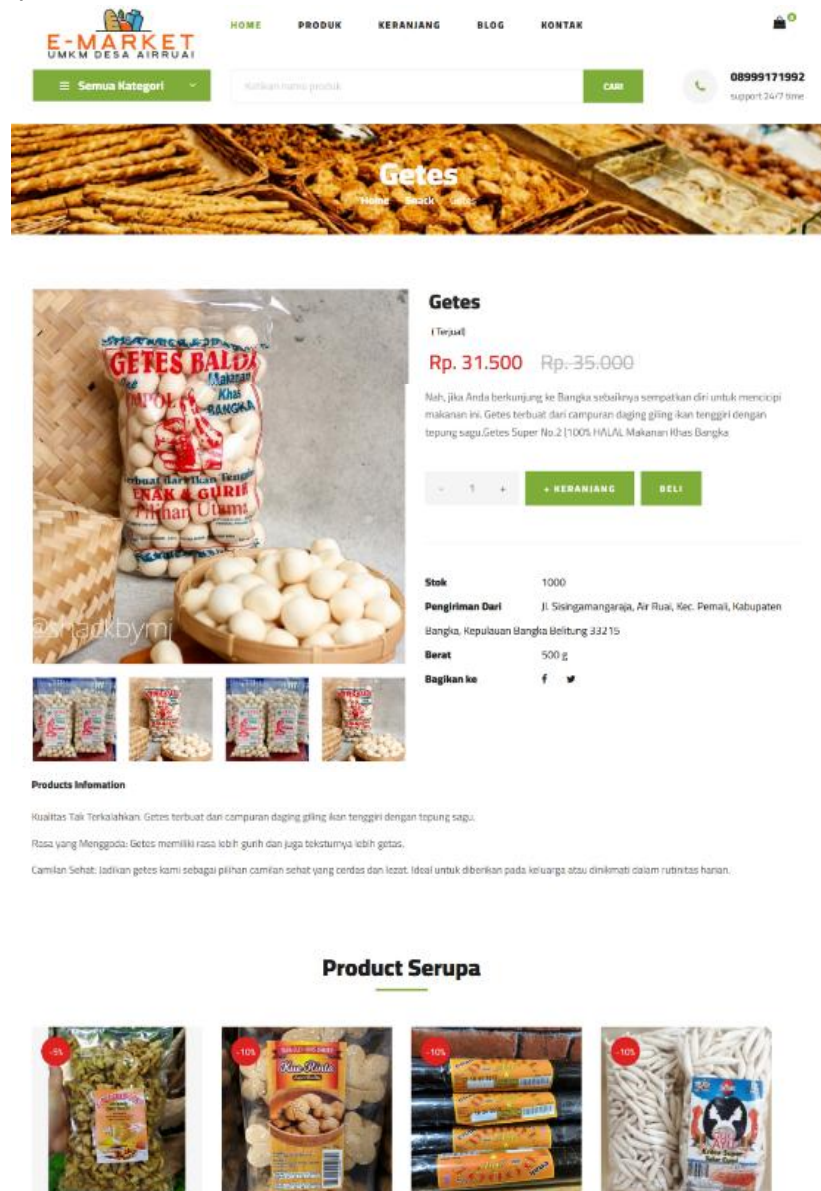
Gambar 5. Pengenalan Fitur e-market



Gambar 6. Website e-market air ruai

Menampilkan Informasi Produk: Katalog produk menyediakan informasi lengkap tentang setiap produk, seperti deskripsi, harga, spesifikasi, varian, dan gambar produk. Ini membantu konsumen untuk membuat keputusan pembelian yang lebih baik. Memudahkan Pencarian Produk: Katalog memudahkan pengguna untuk mencari dan menemukan produk yang mereka inginkan melalui fitur pencarian, filter, atau pengelompokan kategori produk.

Sikap antusias ditunjukkan oleh petugas desa air ruai dalam membahas fitur-fitur pada e-market seperti tampilan website e-market.



Gambar 7. Detail Produk e-market

Fungsi detail produk pada website e-market sangat penting dalam membantu pelanggan membuat keputusan pembelian yang tepat. Berikut adalah beberapa fungsi utama dari detail produk:

- 1) Memberikan Informasi Lengkap: Detail produk berfungsi untuk memberikan informasi mendalam tentang produk, seperti ukuran, bahan, fitur, spesifikasi teknis, cara penggunaan, manfaat, dan instruksi perawatan. Ini membantu konsumen memahami apa yang mereka beli.
- 2) Meningkatkan Kepercayaan Konsumen: Dengan menyediakan deskripsi produk yang jelas dan informatif, konsumen merasa lebih yakin terhadap produk yang ditawarkan, mengurangi kebingungan atau keraguan yang dapat menghalangi pembelian.
- 3) Menyediakan Informasi Harga dan Ketersediaan: Informasi tentang harga, diskon, atau ketersediaan stok sering kali ditampilkan dalam detail produk. Hal ini membantu konsumen

untuk memutuskan apakah mereka ingin membeli produk sekarang atau menunggu promosi.

- 4) Menunjukkan Gambar dan Visualisasi Produk: Gambar produk berkualitas tinggi dan fitur zoom atau tampilan 360 derajat dalam detail produk, memberikan konsumen gambaran yang lebih jelas tentang produk yang akan mereka beli.
- 5) Menyertakan Pilihan Varian Produk: Detail produk juga menampilkan varian produk seperti warna, ukuran, atau model yang berbeda, memungkinkan konsumen untuk memilih opsi yang sesuai dengan preferensi mereka.
- 6) Meningkatkan Penjualan: Informasi tambahan, seperti produk yang sering dibeli bersamaan atau rekomendasi produk serupa, sering ditampilkan dalam bagian detail produk, yang dapat mendorong pembelian tambahan atau upselling.



Gambar 8. Pengenalan Fitur e-market



Gambar 9. Diskusi dengan petugas desa air ruai

Pelatihan dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat yang berjumlah 3 dosen dan 2 mahasiswa MBKM. Materi yang diajarkan berkaitan dengan penggunaan e-market dan teknik promosi oleh UMKM.

manfaat dari pelaksanaan kegiatan ini yaitu mengembangkan pasar modern menjadi e-market yang memiliki jangkauan luas, dimana UMKM di air ruai dapat mempromosikan produk unggulan desa kedalam website e-market desa air ruai, proses pembelian dapat dilakukan melalui website e-market sehingga terpantau oleh pihak desa air ruai mengenai progress scale up yang dicanangkan dan dapat diukur tingkat penjualannya. Dalam proses membuat website e-market desa air ruai dan pelatihan digital marketing maka dibutuhkannya banyak tenaga yang saling bahu membahu melibatkan banyak pihak dari pemerintah daerah desa air ruai, perguruan tinggi, hingga mahasiswa MBKM. Mahasiswa MBKM yang dilibatkan yaitu 2 mahasiswa dengan kognisi 20sks sesuai dengan program MBKM studi bisnis digital Atma Luhur. Mahasiswa dilibatkan dalam proses pelatihan membimbing UMKM dalam menciptakan produk yang unggul, serta melakukan pelatihan dengan kepala desa air ruai dalam mengakses website e-market.

Pertama, e-market meningkatkan akses produk-produk lokal desa seperti hasil pertanian, kerajinan tangan, atau makanan khas ke pasar yang lebih luas tanpa batas geografis. Ini membuka peluang bagi desa untuk terhubung dengan konsumen di luar wilayah mereka.

Kedua, e-market mendorong pertumbuhan ekonomi desa dengan memberikan peluang bagi UMKM desa untuk meningkatkan penjualan. Jika sebelumnya UMKM bergantung pada penjualan langsung di pasar, sekarang mereka bisa memanfaatkan website untuk berjualan.

Ketiga, e-market mengurangi ketergantungan pada tengkulak. Petani dan produsen desa dapat menjual produk mereka langsung ke konsumen tanpa perantara, yang berarti keuntungan lebih besar dan harga yang lebih adil.

Keempat, e-market memperkenalkan produk lokal secara lebih luas. Dengan promosi yang efektif, produk desa yang unik bisa dikenal dan mendapatkan nilai lebih di pasar.

Kelima, e-market memudahkan proses pembelian dan penjualan. Masyarakat desa dapat dengan mudah membeli barang dan bahan baku yang sulit ditemukan di pasar tradisional, sementara penjualan produk juga menjadi lebih cepat dan sederhana tanpa keluar desa.

Keenam, e-market mendorong inovasi dan peningkatan kualitas produk. Kompetisi di platform digital menginspirasi UMKM desa untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas agar tetap kompetitif.

Terakhir, e-market memberdayakan komunitas lokal dengan membangun jaringan digital untuk memasarkan produk unggulan, memberikan edukasi tentang teknologi, dan berbagi pengetahuan tentang bisnis digital.

Kesimpulan

Program Pengembangan Aplikasi E-market Desa dan Pembinaan Digital Marketing bagi UMKM dalam Menciptakan Technopreneur di Desa Air Ruai memberikan kontribusi signifikan bagi peningkatan daya saing UMKM desa. Dengan adanya aplikasi e-market, para pelaku usaha di desa kini dapat memasarkan produk mereka secara lebih luas, melampaui batas geografis lokal. E-market yang dikembangkan akan meningkatkan efisiensi dan produktivitas para pelaku UMKM, dengan menawarkan platform yang user-friendly dan integrasi fitur yang mempermudah proses penjualan.

Penerapan teknologi ini juga mengurangi ketergantungan pada tengkulak, karena pelaku UMKM dapat menjual produk secara langsung kepada konsumen. Selain itu, program ini meningkatkan literasi digital masyarakat desa, sehingga mampu mendorong terciptanya ekosistem technopreneurship yang inovatif di Desa Air Ruai. Secara keseluruhan, program ini telah memperkuat ekonomi lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa, dan mendukung pertumbuhan UMKM dengan teknologi yang relevan.

ACKNOWLEDGEMENTS

Kami menyampaikan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) atas dukungan finansial dalam program hibah kompetitif nasional skema PMP yang telah memungkinkan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada ISB Atma Luhur yang telah memberikan dukungan institusional, baik dalam bentuk fasilitas maupun pendampingan selama kegiatan berlangsung. Kontribusi dan dukungan dari kedua pihak ini sangat berperan dalam keberhasilan program ini, yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui inovasi dan pengembangan berbasis teknologi.

Daftar Pustaka

Arif, Shahkila Mohd, and Mohd Firdaus Ahmad Tarmizi. 2023. "Digitalisation: The Effectiveness of e-Learning in Capital Market Education." *Institutions and Economies* 15(3). doi: 10.22452/IJIE.vol15no3.5.

- Bănescu, Carmen Elena, Emilia Țițan, and Daniela Manea. 2022. "The Impact of E-Commerce on the Labor Market." *Sustainability (Switzerland)* 14(9). doi: 10.3390/su14095086.
- Cheba, Katarzyna, Maja Kiba-Janiak, Anna Baraniecka, and Tomasz Kołakowski. 2021. "Impact of External Factors on E-Commerce Market in Cities and Its Implications on Environment." *Sustainable Cities and Society* 72. doi:10.1016/j.scs.2021.103032.
- Edison, E., and F. Kurnianingsih. 2021. "Penguatan Kewirausahaan Melalui Pendampingan Sistem E-Commerce Pada Desa Pesisir Di Kabupaten Bintan." *Alfatina: Journal of Community ...* 01(01).
- Eka Kurnia, Mely, Kamelia Kuswanti, Surya Aprianti, and Desma Purnama Sari. 2022. "Pengenalan E-Commerce Dalam Upaya Pengembangan UMKM Desa Kampai Selama." *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS* 1(1). doi: 10.59407/jpki2.v1i1.8.
- Fathoni, M. Yoka, Darmansah Darmansah, Sena Wijayanto, and Dasril Aldo. 2022. "Pengenalan E-Commerce Pada Pokdarwis Desa Cikakak Dalam Hal Upaya Pengembangan UMKM." *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation* 2(2). doi: 10.20895/ijcosin.v2i2.610.
- Goldman, Sjoukje P. K., Hester van Herk, Tibert Verhagen, and Jesse W. J. Weltevreden. 2021. "Strategic Orientations and Digital Marketing Tactics in Cross-Border e-Commerce: Comparing Developed and Emerging Markets." *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship* 39(4). doi: 10.1177/0266242620962658.
- Halim, Fitria, Sherly Sherly, Darwin Lie, Supitriyani Supitriyani, and Acai Sudirman. 2023. "Optimalisasi Digital Entrepreneurship Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi Siswa-Siswi SMA Swasta Sultan Agung Pematangsiantar." *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara* 7(1). doi: 10.29407/ja.v7i1.17855.
- Laurentinus, Laurentinus, Hengki Hengki, Sarwindah Sarwindah, Okkita Rizan, and Hamidah Hamidah. 2022. "Optimasi Tipe Affiliate Digital Marketing Terhadap Produk UMKM Dengan Model Deskripsi Clustering." *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 2(4). doi: 10.53625/jcijurnalcakrawailmiah.v2i4.4624.
- Purnomo, Halim, and Titis Wisnu Wijaya. 2021. "Pelatihan Implementasi E-Commerce Untuk Membuka Peluang Usaha Bagi Masyarakat Di Dusun Jetis, Desa Tamantirto." *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. doi: 10.18196/ppm.31.137.
- Putri, Phany Ineke, Shanty Oktavilia, Dwi Rahmayani, Prasetyo Ari Bowo, and M. Nur Fauzi. 2022. "Pendampingan Bumdes Untung Makmur di Desa Branjang Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pemasaran Digital." *D'edukasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(1). doi: 10.25273/dedukasi.v2i1.12856.
- Rahayu, Puji, and Rike Selviasari. 2022. "Pelatihan Pembukuan Dan E-Commerce Bagi UMKM." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(3). doi: 10.31004/cdj.v2i3.3407.
- Rizan, Okkita, Laurentinus Laurentinus, Hamidah Hamidah, and Sarwindah Sarwindah. 2023. "Pembuatan Media Promosi Alternatif Melalui Digital Branding Pada Sekolah PAUD." *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 6(2). doi: 10.35914/tomaega.v6i2.1636.
- Sarwindah, Sarwindah, Laurentinus Laurentinus, Okkita Rizan, and Hamidah Hamidah. 2021. "Memanfaatkan Digital Marketing Bagi Usaha Rumahan Sayuran Hidroponik Dengan E-Commerce Sebagai Media Promosi." *Jurnal Teknologi Terpadu* 7(2). doi: 10.54914/jtt.v7i2.338.
- Suwarni, Emi, Maidiana Astuti Handayani, Yusra Fernando, Febrian Eko Saputra, Fitri Fitri, and Ade Candra. 2022. "Penerapan Sistem Pemasaran Berbasis E-Commerce Pada Produk Batik Tulis Di Desa Balairejo." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2(2). doi: 10.52436/1.jpmp.570.