

MENUJU UMKM CERDAS DAN BERKUALITAS DI UMKM CIKARANG SELATAN, KAB. BEKASI BERSAMA UNIVERSITAS PELITA BANGSA, KPP PRATAMA KAB.BEKASI DAN BRI KAB.BEKASI

Retno Purwani Setyaningrum*¹, Surya Bintarti², Fitri Rezeki³, Anna Wulandari⁴

¹²³⁴Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

*¹Corresponding author, ✉ retno.purwani.setyaningrum@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

Secara umum masalah dan kendala utama pada di Kecamatan Cikarang adalah taraf hidup yang beragam, karena ada kawasan perumahan real estate namun juga dikelilingi pemukiman sederhana dimana tingkat pengangguran yang tinggi hal ini disebabkan etos kerja dan peranan masyarakat yang kurang. Langkah yang akan dilakukan adalah dengan mengadakan pelatihan kewirausahaan dan keterampilan bagi masyarakat baik anak-anak remaja dan ibu rumah tangga maupun pekerja yang terdampak PHK, agar mereka memiliki pengetahuan dan ketrampilan tertentu dalam kehidupan sehari-hari yang dapat meningkatkan nilai ekonomi mereka, dengan modal yang tidak terlalu besar Tingkat keberhasilan program kegiatan ini akan diukur dari: Terwujudnya komunitas UMKM di Cikarang Selatan melalui terbentuknya Forum UMKM Cikarang Selatan. Dibuatkan kelompok-kelompok UMKM sesuai dengan produk kerjanya seperti Fashion, Makanan dan Minuman serta Handycraft. Rencana kegiatan yang diusulkan adalah pelatihan legalitas UMKM bekerjasama dengan KPP Pratama Cikarang Selatan, dimana awal dari perijinan pelaku UMKM wajib memiliki NPWP, pelatihan digital marketing serta bekerjasama dengan BRI untuk pelatihan investasi bagi UMKM.

History Artikel:

Revisi 24 Desember 2022

Diterima 28 Desember 2022

Publish 28 Desember 2022

Kata kunci: *Kemampuan UMKM Cerdas berkualitas, Legalitas UMKM, Digital Marketing, Permodalan*



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2022 by author (s)

PENDAHULUAN

Kecamatan Cikarang menjadi salah satu kecamatan yang ada di Kab. Bekasi, propinsi Jawa Barat, Indonesia, yang dikelilingi oleh Kawasan Industri Hyundai, Delta Silicon, EJIP. Pesatnya perkembangan perumahan dan industri membuat warga yang awalnya hidup sebagai petani banyak kehilangan lahan untuk kepentingan industri dan perumahan menyebabkan tingkat pengangguran yang tinggi di wilayah Kecamatan Cikarang Selatan terutama ibu rumah tangga dan kaum wanita yang tidak memiliki keahlian dan juga banyaknya tenaga di perusahaan industri yang terdampak PHK di masa pandemic Covid 19. Meskipun berada di kawasan industri dan tergolong kecamatan yang maju, ternyata di masyarakatnya heterogen dan secara sosial ekonomi terdapat kesenjangan. Secara umum masalah dan kendala utama pada kecamatan Cikarang Selatan adalah semakin berkurangnya lahan karena sudah banyak digunakan sebagai area industri dan perumahan, tingkat pengangguran yang tinggi disebabkan adanya PHK besar-besaran di masa pandemic Covid 19. Namun dampak positifnya adalah mulai bermunculan Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) baru, walaupun demikian krisis COVID-19 juga berdampak besar pada UMKM di berbagai negara Asia, yang membuat sektor usaha ini sangat rentan setelah pandemi global. Pandemi memberikan dampak signifikan ke hampir seluruh sektor perekonomian di Indonesia, termasuk UMKM yang merupakan 99,9% dari seluruh entitas bisnis yang beroperasi di Indonesia dan menyerap 97% tenaga kerja di tanah air (Krisnando & Novitasari, 2021).

Berdasarkan catatan Kementerian KUKM pada tahun 2019 atau sebelum krisis jumlah UMKM mencapai 64,7 juta. Tapi angka tersebut menurun drastis menjadi 34 juta unit saja pada tahun 2020. Sebagian besar UMKM tersebut gulung tikar karena tidak memiliki ketahanan finansial, akses ke teknologi, pengetahuan teknologi, dan kemampuan untuk melakukan perubahan operasional untuk mensiasati realitas baru (krisis pandemi) (Bahtiar, 2021). Meskipun banyak yang mengakui bahwa COVID-19 telah mendorong proses digitalisasi, masih banyak tantangan yang dihadapi UMKM (Butarbutar, Sudirman, Windarto, et al., 2022). Dalam upaya yang tergesa-gesa dalam mengalihkan operasinya menjadi online, banyak pelaku bisnis berisiko kehilangan tujuan transformasi yang sebenarnya, dan tidak memiliki roadmap (peta jalan) yang jelas untuk rencana digital mereka. Organisasi perlu memahami bahwa transformasi adalah perjalanan yang harus diterapkan di seluruh bisnis. Meskipun teknologi merupakan pendorong utama, hal ini bukanlah terkait adopsi perangkat digital demi proses digitalisasi saja. Sebaliknya, ini berkaitan dengan fokus pada solusi yang secara efektif akan memposisikan bisnis untuk berkembang di era baru (Tiviti, 2021).

Dalam menghadapi pandemi global yang telah menutup banyak sektor usaha kecil, langkah digital strategis ini tidak hanya penting bagi bisnis untuk bertahan saat ini, tetapi juga dapat menjadi diferensiasi penting dalam memastikan kesinambungan usaha (Butarbutar, Sudirman, Chandra, et al., 2022). Jalan menuju pemulihan dimulai dengan kelincahan UMKM sebenarnya mungkin menjadi yang paling siap untuk memimpin jalan ke depan dalam kemampuan digital, memiliki banyak atribut yang memberi mereka keunggulan alami saat menghadapi tantangan ke depan (Panjaitan, 2021). Dengan kondisi ini, masyarakat kecamatan Cikarang mulai tertarik untuk buka usaha baru dan mereka berinisiatif untuk membentuk Forum UMKM Cikarang Selatan, namun demikian banyak kendala yang mereka hadapi yaitu masalah legalitas, masalah digitalisasi marketing dan permodalan. Berdasarkan latar belakang itulah team pengabdian masyarakat ini memandang perlunya untuk menyiapkan UMKM yang tangguh, cerdas dan berkualitas dengan melakukan pelatihan legalitas, digital marketing dan permodalan.

Pelatihan ini berguna sebagai bekal menghadapi masa depan mereka mengingat persaingan dalam dunia kerja semakin bertambah pesat dan bagi ibu rumah tangga pelatihan ini merupakan kegiatan positif di sela-sela waktu luangnya yang dapat memberi tambahan penghasilan keluarga. Lebih dari itu, diharapkan kelak mereka akan mampu membuka lapangan pekerjaan baru yang dapat menyerap orang lain. Dalam pelaksanaannya, legalitas UMKM, kendala pemasaran di era digitalisasi maupun permodalan menemui beberapa kendala atau permasalahan. Jarak dari Universitas Pelita Bangsa ke Kecamatan Cikarang Selatan, 17 mnt (8,0 km) lewat Jl. Inspeksi Kalimalang dan Jl. Raya Cikarang – Cibarusah.



Gambar 1. Peta lokasi Forum UKM Cikarang ada di Kantor Kecamatan Cikarang Selatan

METODE PELAKSANAAN

Program dari Pemerintah pada saat permohonan kredit/pembiayaan diajukan. Tujuan akhir diluncurkan Program KUR adalah meningkatkan perekonomian, pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. KUR merupakan kredit yang diberikan oleh bank kepada UMKM dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi untuk usaha produktif yang feasible Dalam pengabdian masyarakat ini mengkhususkan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Salah satu aspek yang sangat penting untuk pengembangan UMKM adalah legalitas usaha (kur.ekon.go.id, 2016). Legalitas usaha melalui perizinan sangat penting bagi UMKM untuk dapat mengakses permodalan dalam mengembangkan usahanya dan bersaing dengan produk-produk barang dan jasa dari negara-negara Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) dan non-ASEAN di pasar bebas di era ASEAN Economic Community (AEC) atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang telah dimulai pada akhir 2015 (kur.ekon.go.id, 2016).

Dalam rangka mensosialisasikan legalitas bagi UMKM di kecamatan Cikarang, team pengabdian masyarakat bekerjasama dengan forum UMKM Kec. Cikarang Selatan meminta ijin kepada Bapak Camat Cikarang Selatan untuk memberikan tempat untuk pelatihan, serta ijin dari Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Bekasi dan KPP Pratama Cikarang Selatan, untuk melakukan pelatihan pembuatan NPWP, mengingat semua perijinan harus ada NPWP, selain itu team pengabdian masyarakat juga memberikan pelatihan mengenai legalitas bagi UMKM. UMKM saat ini sudah mempunyai kesadaran digital untuk kepentingan bisnis mereka. Baik itu startup baru atau yang sudah lama menjalani usahanya namun belum menerapkan digitalisasi dalam usahanya. UMKM tidak lagi asing dengan istilah, seperti Internet of Things (IoT), otomatisasi, Artificial Intelligence (AI) dan Machine Learning (ML) (Dpmpptkpi, 2021).

UMKM juga merangkul e-commerce dan mengadopsi perangkat digital, UMKM juga dapat berkomunikasi dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*), bekerja secara kolaboratif dan jarak jauh, serta mengoptimalkan dan merampingkan alur kerja mereka (Lie et al., 2021). Selain meningkatkan produktivitas, teknologi juga dapat menjadi pendorong utama dalam memberdayakan UMKM untuk memenuhi permintaan pelanggan yang terus meningkat dengan lebih cepat, dan lebih konsisten (Butarbutar et al., 2021). Pelanggan saat ini mengharapkan produk dan layanan berkualitas tinggi, dengan tingkat kenyamanan dan detail yang sama yang biasanya ditawarkan oleh pengecer dan bisnis besar. Jadi, untuk memenuhi permintaan pelanggan, UMKM perlu memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan produk yang sangat personal, dan menawarkan perangkat manajemen rantai pasokan yang menyediakan produk yang tepat di tempat yang tepat, serta ilmu penetapan harga yang dinamis agar tetap relevan dalam ekonomi yang sangat dinamis saat ini (Wijoyo & Ariyanto, 2021). Ukuran UMKM yang 'sedang' juga berarti bahwa mereka dapat dengan mudah mengadopsi berbagai teknologi di seluruh operasi mereka dan merombak sistem lama - tanpa waktu tunggu dan iterasi yang lama - untuk akhirnya menuai hasil investasi mereka lebih cepat (Yulita et al., 2021).

Bertentangan dengan apa yang diyakini banyak orang, UMKM memiliki banyak ciri yang memposisikan mereka untuk terus melangkah (bertahan) di tengah ketidakpastian saat ini, dan dapat bersiap untuk tetap sukses di tengah situasi ekonomi digital yang bergerak cepat (Karyati, 2019). Untungnya, perangkat lunak modern berfungsi untuk memperkuat hal tersebut dengan sistem yang

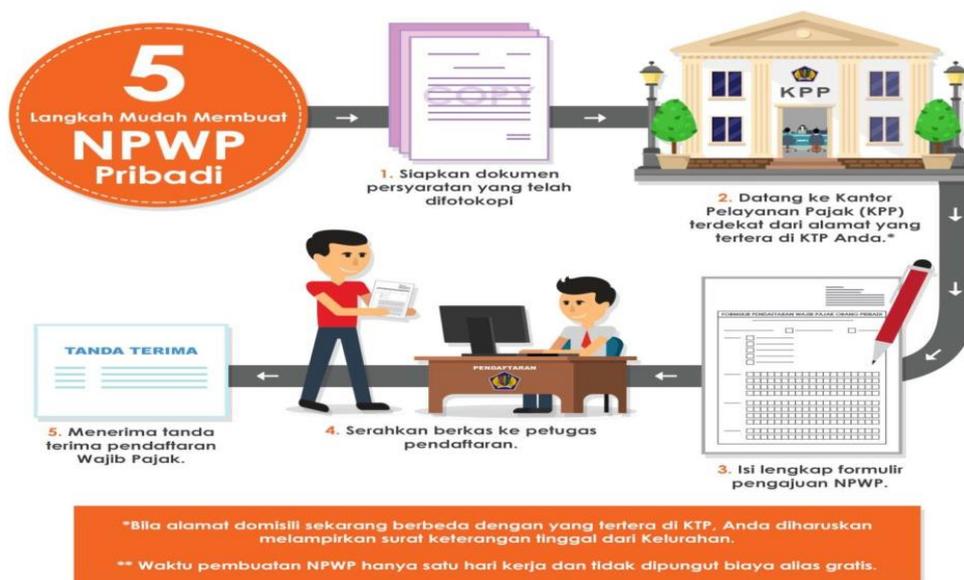
mudah dikonfigurasi dan diskalakan sehingga memungkinkan UMKM bisa menjaga kelincahan mereka, sambil menyediakan wawasan cerdas berbasis data yang dapat menginformasikan peluang bisnis untuk pertumbuhannya (Effendi & Istanto, 2020). Team pengabdian masyarakat kali ini memberikan pelatihan dan pendampingan dalam digitalisasi untuk usahanya. Masalah permodalan juga perlu mendapat perhatian, sehingga team pengabdian masyarakat berkerjasama dengan BRI Kab.Bekasi untuk mensosialisasikan program-program yang ada di BRI yang dapat memberikan kemudahan dalam permodalan bagi UMKM salah satunya adalah KUR. KUR diperuntukkan bagi UMKM dengan kategori usaha layak, namun tidak mempunyai agunan yang cukup dalam rangka persyaratan perbankan. KUR adalah kredit atau pembiayaan kepada UMKM yang tidak sedang menerima kredit atau pembiayaan dari perbankan dan/atau yang tidak sedang menerima Kredit namun belum bankable. Tujuannya adalah tercapainya percepatan pengembangan sektor riil (terutama sektor pertanian, kehutanan, kelautan dan perikanan serta industri). Mengingat padatnya acara, pelatihan dan pendampingan di lakukan 2 x yaitu dengan online maupun offline.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun pelaksanaan kegiatan pelatihan adalah diawali dengan observasi terlebih dahulu terhadap UMKM di Kecamatan Cikarang, melalui forum UMKM Cikarang Selatan, kemudian dilanjutkan dengan koordinasi dengan pihak-pihak yang bersangkutan. Setelah observasi kemudian dilanjutkan dengan tahap koordinasi dengan KPP Pratama Kecamatan Cikarang Selatan. Setelah terjadi koordinasi yang baik dilanjutkan koordinasi dengan Bpk. Camat Cikarang Selatan untuk minta dukungan serta ijin untuk pelaksanaan pelatihan, kemudian dilanjutkan ke Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Bekasi untuk minta dukungan serta minta pengarahan untuk pembinaan UMKM Kecamatan Cikarang Selatan. Koordinasi dilanjutkan ke BRI Kab. Bekasi untuk memberikan pelatihan mengenai permodalan melalui perbankan.

1. Pada pertemuan online peserta diberikan materi seputar kewirausahaan dengan sumber materi berupa modul. Penyampaian materi menggunakan media power point disertai potret-potret wirausahawan yang telah sukses sehingga peserta memiliki pengertian mengenai wirausaha dan memiliki keberanian untuk memulai sebuah usaha. Kemudian dilanjutkan pengarahan tentang NPWP.
2. Pada pertemuan offline , peserta diberikan materi tentang cara pembuatan NPWP, legalitas UMKM serta permodalan dari BRI Kab.Bekasi.
3. Pada tahap terakhir, peserta dipersilahkan untuk bertanya kepada naras umber (dari KPP Pratama, Team Pengabdian Masyarakat Universitas Pelita Bangsa dan BRI Kab. Bekasi).Peserta diminta memberikan kesan, kritik dan saran terhadap kegiatan ini yang berguna untuk perbaikan bagi kegiatan-kegiatan yang akan datang. Serta dilakukan serahterima cenderamata dari KPP Pratama Kab. Bekasi.

Setelah koordinasi dengan semuanya ditentukanlah tanggal kapan akan dilakukan pelatihan. Pelatihan dilakukan online dan offline. Berikut ipitek sebagai berikut:



Gambar 2. Pembuatan NPWP



Gambar 3. Instrumen Networking yang harus dimiliki Pengusaha

Kenapa Harus Jualan Online?

Menjalankan bisnis online jauh lebih efektif dibandingkan menjalankan perusahaan fisik.

- Jangkauan pasar lebih luas
 - Bisa diakses di mana dan kapan saja
- Lebih hemat biaya dan waktu
 - Peningkatan pendapatan
- Dapat menampung pelanggan lebih banyak
 - Pemasaran produk yang lebih mudah

Peningkatan transaksi penjualan berbasis daring di kisaran **10-15 persen**

Digitalisasi UMKM | 09

Gambar 4. Kenapa harus jualan online

KESIMPULAN

Diharapkan UMKM di Kec. Cikarang setelah mengikuti pelatihan setiap UMKM Kec. Cikarang Selatan dapat memiliki NPWP kalau suami sudah ada NPWP bisa memakai NPWP suaminya, dan kemudian dilanjutkan pembuatan NIB. Setelah UMKM mempunyai NIB, diharapkan untuk membuat ijin PIRT dan sertifikasi Halal. Disamping mengurus legalitas, setelah mengikuti pelatihan digital marketing, UMKM dapat memasarkan penjualannya melalui plat form e_commerce maupun melalui face book, IG maupun twiter. UMKM juga dianjurkan untuk bergabung dengan gofood, grapfood untuk memudahkan dalam pengiriman produknya. Direncanakan PKM selanjutnya akan diajarkan pembuatan web untuk UKM serta pengembangan produk melalui pelatihan membuat kemasan yang menarik dan tepat sasaran, pengembangan kreatifitas, bisnis model canvas dll.

UMKM juga supaya menguasai Instrumen Networking yang harus dimiliki Pengusaha, sehingga mempermudah dalam mengembangkan bisnisnya. Bisnis tanpa sebuah jaringan atau networking adalah sebuah hal yang mustahil. Kenyataannya, setiap bisnis selalu memerlukan jaringan karena sebuah bisnis tidak dapat berdiri sendiri. Bisnis tanpa sebuah jaringan atau networking adalah sebuah hal yang mustahil. Kenyataannya, setiap bisnis selalu memerlukan jaringan karena sebuah bisnis tidak dapat berdiri sendiri. Banyak manfaat yang dapat diperoleh jika sebuah perusahaan memiliki banyak jaringan, diantaranya mampu meningkatkan penjualan, menambah koneksi dan relasi, menjadi solusi bagi persoalan bisnis, menambah wawasan atau memperluas pengetahuan bisnis. Banyak manfaat yang dapat diperoleh jika sebuah perusahaan memiliki banyak jaringan, diantaranya mampu meningkatkan penjualan, menambah koneksi dan relasi, menjadi solusi bagi tercapai UMKM cerdas dan berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Butarbutar, M., Sofiyani, S., Sisca, S., Sherly, S., & Dharma, E. (2021). Penguatan Entrepreneurship Insight Guna Meningkatkan Daya Saing Bagi Pelaku UKM Di Kota Pematangsiantar. *Glow: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 9–16.
- Butarbutar, M., Sudirman, A., Chandra, E., & Sinaga, O. S. (2022). Business Strategy Training for "Yuni Phea" Sewing Business Housewives Group in South Siantar District, Pematang Siantar City. *JPM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Institut*, 3(3), 310–327.
- Butarbutar, M., Sudirman, A., Windarto, A. P., & Chandra, E. (2022). Peningkatan Daya Saing dan Strategi Usaha Untuk Kelompok Ibu Rumah Tangga yang Tergabung Dalam Usaha Jahit "Yuni Phea" Di Kecamatan Siantar Selatan Kota Pematang Siantar. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 5, 1768–1778.
- K. Krisnando and R. Novitasari, "Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020," *J. Akunt. dan Manaj.*, vol. 18, no. 02, pp. 71–81, 2021, doi: 10.36406/jam.v18i02.436.
- R. A. Bahtiar, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya," *Pus. Penelit. Badan Keahlian DPR RI, Bid. Ekon. Dan Kebijakan. Publik*, vol. XIII, no. 10, pp. 19–24, 2021, [Online]. Available: https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf.
- F. Tiviti, "UMKM dan Upaya Membangun Ketahanan Demi Digitalisasi," *CNBC Indonesia*. pp. 1–5, 2021, [Online]. Available: <https://www.cnbcindonesia.com/opini/20210809130256-14-267201/umkm-dan-upaya-membangun-ketahanan-demi-digitalisasi>.
- R. Panjaitan, "Membangun Ketahanan UMKM dengan Digitalisasi_S1 Bisnis S," <http://bisnis-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Membangun-Ketahanan-UMKM-dengan-Digitalisasi/f87552a1314ed4b87572c1985514971f6027f6d4>, 2021.
- kur.ekon.go.id, "KUR • Maksud Dan Tujuan." 2016, [Online]. Available: <https://kur.ekon.go.id/maksud->

-
- dan-tujuan.
- Dpmptkpi, "Pemerintah Permudah Perizinan Bagi Pemilik UMKM," T.Kulonprogokab.Go.Id. 2021, [Online]. Available: <https://dpmpt.kulonprogokab.go.id/detil/1348/pemerintah-permudah-perizinan-bagi-pemilik-umkm>.
- H. Wijoyo, A. Ariyanto, and F. Wongso, Strategi Pemasaran UMKM di Masa Depan, vol. 1999, no. March. 2021.
- M. . Effendi, D. Sugandini, Y. Istanto, R. Arundati, and T. Adisti, The Technology-Organization-Environment Framework: Adopsi Teknologi Pada UKM, no. 1. 2020.
- I. Puspita Karyati, "Berita - E-Commerce untuk UMKM Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia," Pusdiklat Keuangan Umum. 2019, [Online]. Available: <https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/pusdiklat-keuangan-umum-ecommerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2019-11-05-ebe6e220/>.
- Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 7(4), pp. 290 – 297.
- Farunik, C. G. (2019) 'Strategi Digital Leadership menurut Pendekatan Kepemimpinan Situasional', *Primanomics: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), pp. 1–13.
- Febriyantoro, M. T. and Arisandi, D. (2018) 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean', *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), pp. 61–76. doi: 10.26533/jmd.v1i2.175.
- Isya, D. J. et al. (2021) 'Strategi Komunikasi Kepemimpinan Pada Era Digital', *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 1(2), pp. 126–142. doi: 10.32832/djip-uika.v1i2.4979.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI (2021) *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia, Biro Komunikasi, Layanan Informasi, dan Persidangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. Available at: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia> (Accessed: 5 April 2022).
- Mahirun, Suryani and Nasution, N. B. (2021) 'Kepemimpinan Transformatif Sebagai Model Pengembangan Sumber Daya Manusia Yang Kreatif', *Jurnal PENA*, 35(2), pp. 64–76.
- Munir, N. S. (2020) *Kepemimpinan di Era Digital (e-leadership)*, *SWA-Online*. Available at: <https://swa.co.id/swa/my-article/kepemimpinan-di-era-digital-e-leadership> (Accessed: 15 May 2022).
- Rosyid, A., Kunaifi, A. and Asyari, Q. (2021) 'Corporate Spiritual Leadership: Model Kepemimpinan Bisnis Era Milenial dalam Menciptakan Great Corporate', *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu ...*, 4(1), pp. 85–93. Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/transparansi/article/view/1609>.
- Lie, D., Siregar, R. T., Efendi, E., Inrawan, A., & Halim, F. (2021). Penyuluhan Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Alternatif Pemasaran 4.0 Bagi Pelaku UKM Ulos Di Kota Pematangsiantar. *Glow: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–8.
- Yulita, R., Maisa, F., Pertiwi, M. D., Manurung, T. H., & Pratiwi, L. D. (2021). Keefektifan Penggunaan Sosial Media Pemasaran Pada UMKM Kecamatan. *Glow: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.1, 1(1)*, 25–29. <https://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/glow/index%0AKEEFEKTIFAN>
-