DOI: https://doi.org/10.62017/jpmi

Digitalisasi UMKM Desa Melalui Pembuatan Website Dan Katalog Produk Sebagai Pendampingan UMKM Di Desa Blawirejo

Aris Zarkaty Wijaya Putra *[1]
Nurul Khoiriyatul Anshori [2]
Nabilla Puteri Syafira [3]
Alfia Ayun Nurhayati [4]
Mu'ammar [5]
Siti Kalimah [6]

[1,2,3,4,5,6] Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
*e-mail: ariszarkaty82@gmail.com[1], nurul.khoiriyatul@gmail.com[2], syafira.nabilla91@gmail.com[3], xeshexee@gmail.com[4], ammarmu09@gmail.com[5], siti.kalimah@uinsa.ac.id[6]

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting bagi perekonomian Desa Blawirejo dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhannya. Namun, akibat kurangnya keahlian teknologi dan konektivitas internet yang tidak memadai, UMKM di wilayah ini menghadapi hambatan yang cukup besar, terutama dalam hal pemasaran dan akses informasi. Akibatnya, produk UMKM hanya dikenal secara lokal, yang membatasi prospek perluasan bisnis. Dengan memperluas jangkauan pasar dan mempercepat prosedur transaksi digital, digitalisasi melalui pengembangan situs web dan katalog produk diharapkan dapat mengatasi masalah ini. Agar UMKM dapat berpartisipasi secara sukses dalam pasar yang semakin kompetitif, mereka memerlukan bantuan dalam beradaptasi dengan teknologi digital.

***Kata kunci**: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Digitalisasi, Pengembangan Situs Web, Adaptasi Teknologi Digital.*

Abstract

Micro, Small, and Medium Businesses (MSMEs) are essential to Blawirejo Village's economy and make a substantial contribution to its expansion. However, due to a lack of technology expertise and inadequate internet connectivity, MSMEs in this area confront significant obstacles, especially with regard to marketing and information access. As a result, MSME products are only known locally, which restricts the prospects for business expansion. By increasing market reach and speeding up digital transaction procedures, digitalization through the development of websites and product catalogs is anticipated to address these issues. In order for MSMEs to successfully participate in a market that is becoming more and more competitive, they require assistance in adjusting to digital technologies.

***Keywords**: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Digitalization, Website Development, Digital Technology Adaptation.*

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah unit usaha mandiri dan menguntungkan yang dijalankan oleh individu atau organisasi di semua sektor ekonomi. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa UMKM dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha dengan aset bersih dianggap sebagai usaha mikro. dengan pendapatan tahunan tidak lebih dari 300 juta rupiah, dan tidak lebih dari 50 juta rupiah. Usaha kecil adalah perusahaan swasta dengan pendapatan tahunan 300 juta rupiah dan aset bersih antara 50 dan 500 juta. antara 2,5 miliar dan 1 juta rupiah. Perusahaan independen dengan aset bersih 500 dianggap sebagai perusahaan menengah. penjualan antara 2,5 miliar hingga 50 miliar rupiah per tahun, dan antara 10 miliar hingga 10 juta rupiah. Dapat disimpulkan bahwa UMKM pada dasarnya adalah perusahaan yang menguntungkan. dikelola secara mandiri dengan modal dan aset yang terbatas [1].

Desa Blawirejo memiliki banyak potensi untuk pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena terletak di daerah dengan sumber daya alam dan budaya yang melimpah. Di desa ini, UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian lokal. Namun, banyak pelaku UMKM di Desa Blawirejo masih menghadapi sejumlah kesulitan,

DOI: https://doi.org/10.62017/jpmi

terutama dalam hal pemasaran dan akses terhadap informasi, meskipun produk mereka berkualitas tinggi. ketidakmampuan untuk menjangkau pasar yang lebih besar adalah salah satu masalah terbesar yang dihadapi UMKM di Blawirejo. Selain itu, mereka merasa kesulitan untuk menggunakan platform digital yang dapat membantu memperluas jangkauan pasar mereka karena kurangnya pengetahuan tentang teknologi informasi dan komunikasi.

Pertumbuhan usaha kreatif skala UMKM di Desa Blawirejo dapat berkembang pesat, berbagai elemen harus terpenuhi. Elemen-elemen tersebut meliputi lingkungan, infrastruktur, Sarana dan prasarana, teknologi, dan kondisi usaha. Pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi di berbagai bidang, termasuk dalam pengadaan bahan baku, proses produksi, serta pemasaran dan promosi produk [2]

Sebuah rangkaian strategi dan inisiatif yang dikenal sebagai "pemasaran digital" bertujuan untuk mempromosikan barang dan jasa melalui berbagai saluran online. Menggunakan platform media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, dll linkedIn untuk berinteraksi dengan calon pelanggan, membangun komunitas, dan mempromosikan produk [3]

Bagi semua jenis bisnis, besar maupun kecil, promosi merupakan komponen kunci dalam meningkatkan pendapatan. Di era digital, pemasaran online atau digital merupakan alat yang ampuh untuk menarik perhatian pelanggan. Pendekatan ini dianggap paling efisien karena merupakan strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh semua jenis perusahaan, termasuk UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) [4].

Seiring dengan kemajuan teknologi ini, permintaan konsumen akan pembelian dan penjualan online telah mendorong UMKM untuk mengiklankan dagangan mereka di situs web dalam upaya untuk meningkatkan kesadaran publik dan memperluas pangsa pasar mereka. berbeda dengan toko fisik yang hanya dapat diakses di kota tempat mereka berada [5].

Oleh karena itu, dengan mengembangkan situs web untuk UMKM di DesaBlawirejo, Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan, kami menyediakan solusi yang mengoptimalkan sistem informasi dan aplikasi agar mereka dapat beradaptasi dengan globalisasi. Keberadaan "Ekonomi Internet" telah membuka hambatan perdagangan dan pasar serta menciptakan peluang yang adil bagi perwakilan bisnis dari usaha kecil, menengah, dan besar. Teknologi digital memiliki pengaruh besar terhadap upaya pemasaran, meningkatkan efektivitas dan efisiensinya. memungkinkan UMKM untuk meningkatkan riset pasar, branding, dan visibilitas mereka. Tujuan penggunaan situs web sebagai alat pemasaran bagi UMKM di Desa Blawirejo adalah untuk membuat informasi tentang produk UMKM ini dapat diakses oleh masyarakat umum [6]

METODE

Pemberdayaan masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan strategi Pengembangan Masyarakat Berbasis Aset (ABCD), yang menempatkan prioritas tinggi pada pemanfaatan sumber daya dan potensi yang ada di dalam masyarakat. Pendekatan ABCD merupakan pengganti dari pemberdayaan komunitas berbasis aset. Dalam konteks ini, istilah "aset" merujuk pada potensi yang ada di dalam komunitas. Melalui pemanfaatan sumber daya atau potensi komunitas, yang dapat digunakan sebagai alat untuk melaksanakan inisiatif pemberdayaan. Potensi yang dimaksud dapat berupa kesuksesan finansial. Ini dapat berupa sumber daya alam yang melimpah (SDA) atau potensi di dalam komunitas (kecerdasan, kepedulian, kerja sama, kebersamaan, dan lainnya). Dengan menggunakan strategi berbasis aset untuk pengembangan komunitas, komunitas dapat terus berkembang. Kemandirian mereka dalam menghasilkan pendapatan, sehingga meningkatkan kesejahteraan mereka. Lima langkah esensial dalam proses layanan teknis ABCD adalah sebagai berikut :

1. Discovery (Memulai Riset Aset)

Langkah ini melibatkan penemuan kembali melalui diskusi atau wawancara, dan harus didasarkan pada pemahaman individu tentang apa yang membuat suatu aktivitas atau bisnis berhasil. Kami menyelesaikan langkah ini dengan berinteraksi dan benar-benar terlibat dengan pihak terkait. Kami melakukan wawancara dengan masyarakat serta kepala desa dan pejabat desa mengenai sumber daya yang tersedia di Desa Blawirejo. Desa Blawirejo adalah

DOI: https://doi.org/10.62017/jpmi

desa di mana sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani dan pedagang. Akibatnya, Desa Cilempuyang memiliki lebih dari 30 UMKM yang berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian penduduknya.

2. Dream (Mimpi)

Dengan membayangkan masa depan yang potensial dan menentukan apa yang paling dihargai terkait dengan apa yang paling diinginkan, tahap ini dilaksanakan secara kreatif dan kolaboratif. Tahap impian merupakan representasi dari tujuan atau keinginan masa depan seseorang. yang mereka harapkan dapat dicapai. Tahap ini dibangun di atas Tahap Penemuan, di mana kita dapat mempelajari lebih lanjut tentang tujuan yang ingin dicapai oleh komunitas. Harapan yang jelas, seperti aspirasi positif untuk diri sendiri dan komunitas, diperlukan untuk sebuah mimpi. Setiap UMKM di Desa Blawirejo masih menghadapi hambatan dalam mencapai tujuan mereka karena pendaftaran NIB (Nomor Identifikasi Usaha) dan pemasaran digital. Mengingat beberapa pemilik usaha kecil menghadapi banyak hambatan dalam mengelola usaha online mereka, seperti tidak memahami cara mendaftar izin NIB, sertifikasi halal, ketidaktahuan pasar, dan kesulitan menemukan kepuasan dalam menjual barang di desa. Beberapa upaya telah dilakukan untuk meningkatkan pemasaran UMKM di Desa Blawirejo mengingat hambatan-hambatan tersebut. termasuk mengadakan seminar kewirausahaan dan upaya kesadaran pemasaran digital lainnya. serta inisiatif untuk meningkatkan kapasitas, membantu UMKM memperoleh NIB (Nomor Identifikasi Usaha) sertifikasi halal dan izin, serta memberikan saran tentang pembuatan profil media sosial dan daftar Google Maps untuk promosi produk online.

3. Design (Merancang)

Proses di mana seluruh komunitas (atau organisasi) mempelajari aset atau kemampuannya agar dapat mulai menggunakannya secara inklusif, kooperatif, dan konstruktif guna mewujudkan tujuan dan aspirasi yang didefinisikan secara mandiri. Sekarang setelah kita menyadari tujuan kita, kita perlu merumuskan rencana untuk mewujudkannya. Aspek positif harus diakui sebagai sumber kekuatan untuk mendorong perubahan. Pendekatan yang dibuat untuk membantu UMKM mencakup pemahaman tentang literasi pemasaran, cara mendapatkan sertifikasi halal, mendaftarkan produk ke NIB, dan memasarkan serta mendistribusikan barang di toko ritel besar maupun toko kelontong lokal. Selain itu, platform media sosial digunakan untuk pemasaran produk, termasuk membuat pasar online di Facebook, WhatsApp Business, dan Instagram.

4. Define (Menentukan)

Pada tahap ini, orang-orang mulai menerapkan masing-masing strategi yang telah dibuat pada tahap sebelumnya. Setelah beroperasi, perkembangannya perlu dipantau secara berkala. Setelah semuanya berfungsi dengan baik, pengembangan baru dilakukan untuk meningkatkan tingkat perkembangan komunitas. Inisiatif untuk mendukung UMKM dilakukan dengan mengadakan workshop tentang kewirausahaan dan pengembangan kapasitas, yang membahas taktik pemasaran dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Blawirejo dapat maju dengan membahas masalah secara kolektif. Setelah sesi tersebut, kami membantu UMKM memasarkan produk mereka di media sosial dan memberikan bimbingan. Selain itu, mereka membantu mendaftarkan alamat UMKM di Google Maps agar pembeli dapat lebih mudah menemukan pemasok dan dalam proses sertifikasi halal untuk produk UMKM.

5. Destiny (Lakukan)

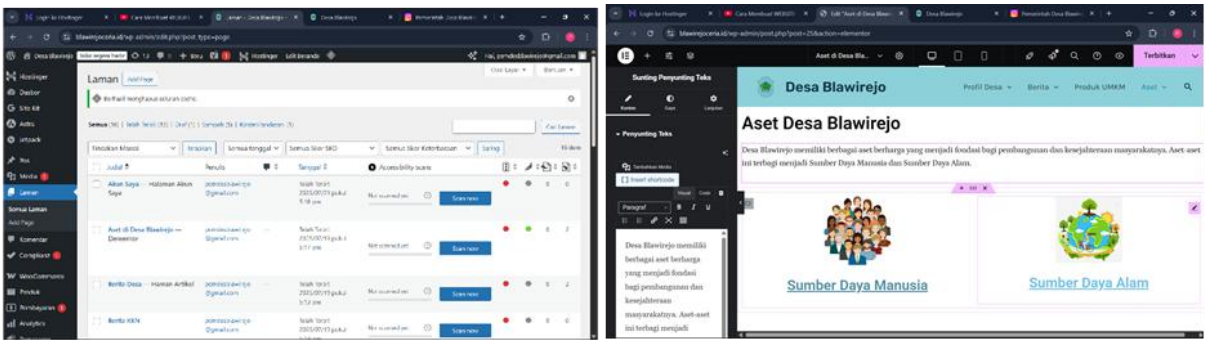
Serangkaian aktivitas yang memotivasi untuk mendorong pendidikan berkelanjutan dan kreativitas dalam merencanakan “apa yang akan terjadi.” Pelaksanaan tindakan yang telah ditentukan untuk mewujudkan aspirasi komunitas merupakan fase terakhir dalam proses ABCD. dalam memanfaatkan sumber daya. Pada tahap ini, aktivitas pembimbingan sedang diamati. untuk memantau kesuksesan program pembimbingan. Apa yang telah dilakukan dapat diteliti dan dipertahankan untuk membantu UMKM berkembang. Mungkin bagi komunitas dan ekonominya untuk hidup berdampingan secara harmonis.

DOI: https://doi.org/10.62017/jpmi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan UMKM yang dilaksanakan oleh Mahasiswa KKN 91 UIN Sunan Ampel Surabaya di Desa Blawirejo difokuskan pada upaya digitalisasi melalui pembangunan website desa yang memuat katalog produk UMKM. Kegiatan ini diawali dengan tahap pemetaan potensi UMKM lokal dan pengumpulan data langsung dari pelaku usaha melalui observasi serta wawancara. Hasil data yang diperoleh menjadi dasar dalam merancang struktur dan konten digital sesuai kebutuhan dan karakteristik masyarakat desa. Seluruh tahapan dilakukan secara sistematis, mulai dari pengadaan domain dan hosting, instalasi platform WordPress.org, hingga pemasangan tema dan plugin pendukung seperti Astra, Elementor, dan WP Data Table. Proses ini bertujuan agar tampilan website tidak hanya menarik dan profesional, tetapi juga mudah dikelola oleh perangkat desa secara mandiri [7].

Website desa dirancang dengan struktur navigasi yang user-friendly dan informatif, mencakup profil desa, struktur organisasi, data statistik, serta katalog UMKM sebagai fitur utama. Setiap pelaku UMKM mendapatkan halaman khusus yang memuat nama usaha, foto produk, deskripsi singkat, lokasi usaha, hingga kontak yang dapat diakses langsung oleh calon konsumen melalui WhatsApp. Data tersebut diperoleh dari proses pendampingan dan survei lapangan secara langsung, kemudian dikurasi agar tampil menarik, informatif, dan konsisten. Keterlibatan pelaku UMKM dalam pengumpulan dan penyajian data juga menumbuhkan rasa kepemilikan serta meningkatkan kesadaran mereka terhadap pentingnya media digital. Selain itu, dokumentasi visual kegiatan seperti penginputan data dan editing laman website turut menjadi bagian penting dalam menunjukkan keterlibatan aktif masyarakat dalam proses digitalisasi.



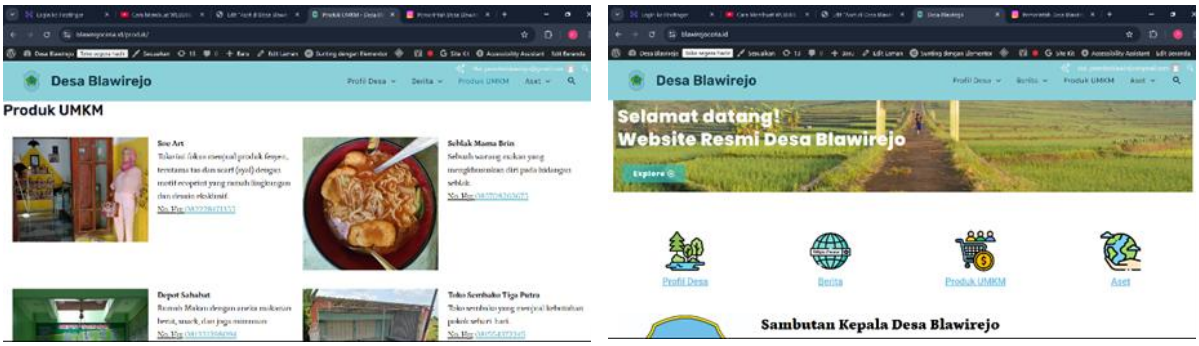
Gambar 1. Dokumentasi proses editing laman website desa Blawirejo

Respons pelaku UMKM terhadap hadirnya website desa sangat positif dan menunjukkan antusiasme yang tinggi. Sebelum program ini berjalan, mayoritas dari mereka masih mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut dan penggunaan fitur story WhatsApp yang jangkauannya terbatas dan kurang terstruktur. Kehadiran katalog digital menjadi solusi yang sangat dinantikan karena dapat meningkatkan visibilitas produk ke pasar yang lebih luas dan memberikan kesan profesionalisme terhadap usaha kecil mereka. Dalam pelatihan singkat yang diberikan, para pelaku UMKM juga dilatih untuk memahami cara memanfaatkan media digital secara optimal, termasuk berinteraksi dengan calon pembeli secara online. Peningkatan pengetahuan ini terlihat dari semangat mereka dalam menyediakan data usaha yang lengkap serta keinginan untuk memperbaiki tampilan produk secara berkelanjutan.

Potensi jangkauan pasar dari digitalisasi ini sangat besar, karena produk-produk UMKM yang sebelumnya hanya dikenal secara lokal kini dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas, bahkan secara nasional dan internasional. Melalui tampilan digital yang informatif dan terintegrasi dengan Google Maps serta kontak aktif, calon konsumen dapat melakukan transaksi tanpa harus berkunjung langsung ke lokasi usaha. Website ini juga membentuk citra profesional dari UMKM lokal yang sebelumnya dipandang sebagai usaha kecil konvensional. Informasi produk yang lengkap dan dapat diakses kapan saja memudahkan pengambilan keputusan pembelian dan memperluas peluang promosi secara organik. Sebagaimana hasil penelitian terdahulu dalam

DOI: https://doi.org/10.62017/jpmi

jurnal pengabdian masyarakat, digitalisasi terbukti efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi mikro jika dibarengi dengan strategi promosi yang tepat.



Gambar 2. Tampilan akhir website desa Blawirejo beserta katalog produk UMKM

Namun demikian, dalam implementasinya terdapat berbagai tantangan yang dihadapi, baik dari sisi teknis maupun kesiapan sumber daya manusia. Salah satu tantangan utama adalah terbatasnya akses internet di beberapa wilayah desa, yang menghambat pelaku UMKM dalam memperbarui informasi secara mandiri. Selain itu, tingkat literasi digital yang masih rendah membuat sebagian pelaku usaha kesulitan dalam mengelola konten digital dengan baik. Kendala lain muncul dari sisi penyediaan konten yang menarik dan konsisten, seperti foto produk berkualitas dan deskripsi usaha yang informatif dan terkini. Tidak kalah penting, pengelolaan pesanan dan logistik juga menjadi aspek yang perlu dibenahi karena meningkatnya permintaan dari luar desa menuntut sistem pengiriman dan pelayanan yang lebih efisien.

Keberlanjutan pengelolaan website setelah program KKN berakhir juga menjadi perhatian penting, mengingat potensi website ini akan menurun jika tidak dikelola secara aktif. Oleh karena itu, pelatihan lanjutan kepada perangkat desa menjadi langkah strategis untuk menjaga eksistensi dan relevansi konten website. Dalam pelatihan tersebut, perangkat desa dibekali dengan pengetahuan dasar seputar navigasi situs, pembaruan konten, serta teknik pengelolaan katalog UMKM agar dapat melanjutkan proses digitalisasi secara mandiri. Refleksi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa, pemerintah desa, dan pelaku UMKM merupakan kunci keberhasilan transformasi digital yang berkelanjutan. Sebagaimana ditegaskan dalam berbagai literatur pengabdian masyarakat, keberhasilan teknologi digital di tingkat desa sangat dipengaruhi oleh komitmen lokal, pelatihan yang berkelanjutan, dan dukungan infrastruktur yang memadai.

Gambar

Gambar 1. Sosialisasi Pelatihan UMKM Naik Kelas

Kegiatan sosialisasi UMKM naik kelas ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka. Dalam acara ini, narasumbernya seorang duta UMKM akan berbagi pengalaman dan strategi sukses, serta memberikan motivasi kepada peserta untuk memanfaatkan peluang yang ada. Kegiatan ini

menghadirkan berbagai sesi yang interaktif dan menarik, di mana para peserta yang hadir dapat terlibat secara aktif dalam diskusi dan berbagi pengalaman mereka masing-masing. Suasana yang kondusif memungkinkan terjadinya pertukaran ide yang bermanfaat serta memperkaya wawasan para peserta yang hadir. Setiap sesi dirancang untuk memberikan informasi yang mendalam serta memperkuat keterampilan praktis yang relevan dengan bidang yang sedang dibahas. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan ruang bagi para peserta untuk memperluas jaringan profesional dan membangun hubungan kerja sama yang berkelanjutan.

Gambar 2 & 3. Pemaparan isi website & Penyerahan website ke perangkat Ds.Blawirejo

Kegiatan pemaparan isi website dan penyerahan website kepada perangkat desa merupakan langkah penting dalam meningkatkan akses informasi dan pelayanan publik di tingkat desa. Acara ini bertujuan untuk memastikan bahwa perangkat desa memahami sepenuhnya fungsi dan potensi website sebagai sarana komunikasi dan informasi. Selain itu, penyerahan website secara simbolis kepada perangkat desa menandakan komitmen untuk mendukung transparansi dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa.

KESIMPULAN

Bagi pengusaha UMKM lokal, digitalisasi UMKM di Desa Blawirejo melalui pengembangan situs web dan katalog produk telah secara signifikan memperluas jangkauan dan potensi pasar mereka. Pelatihan kewirausahaan, pembuatan situs web desa dengan fitur katalog digital, serta integrasi media sosial dan Google Maps merupakan contoh bantuan yang diberikan. Sebelumnya terbatas pada teknik tradisional, perusahaan UMKM telah menunjukkan keinginan yang kuat untuk menggunakan media digital dalam pemasaran dan transaksi.

Persyaratan pengelolaan konten yang konsisten dan menarik, akses internet yang terbatas di beberapa tempat, dan literasi digital yang kurang memadai di kalangan beberapa pemilik usaha merupakan beberapa hambatan dalam adopsi digitalisasi. Pelatihan tambahan bagi pejabat desa dan kerja sama berkelanjutan antara mahasiswa, pemerintah desa, dan pengusaha UMKM sangat penting karena keberlanjutan pengelolaan situs web setelah program merupakan masalah utama lainnya. Secara keseluruhan, pelatihan berkelanjutan, dedikasi lokal, dan dukungan infrastruktur yang memadai sangat kritis bagi kesuksesan program digitalisasi UMKM. Proyek digitalisasi ini berpotensi menjadi kekuatan utama dalam meningkatkan daya saing dan ekspansi ekonomi UMKM di Desa Blawirejo jika para pemangku kepentingan bekerja sama dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

I. M. C. Putro, H. T. Prabowo, H. K. Maulana, A. Maulana, S. S. Tama, and M. Billah, “PENERAPAN DIGITAL MARKETING MELALUI PEMBUATAN E- CATALOG DESA BAGI UMKM DESA BANJARAGUNG,” *J. Pengabdi. Kpd. Masy.*.

Ani Amaliyah *et al.*, “Pendampingan Pendaftaran NIB, Pembuatan Packaging dan Website bagi UMKM Desa Mekarjaya Kecamatan Pacet Kabupaten Bandung,” *JURPIKAT J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 4, pp. 1233–1249, Oct. 2024, doi: 10.37339/jurpikat.v5i4.1996.

L. Sugiyanti, M. Z. Rabbil, and K. C. Oktavia, "Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM".

E. Subiyantoro, A. R. Muslikh, M. Andarwati, G. Swalaganata, and F. Y. Pamuji, "Analisis Pemilihan Media Promosi UMKM untuk Meningkatkan Volume Penjualan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)," *J. Teknol. Dan Manaj. Inform.*, vol. 8, no. 1, pp. 1–8, July 2022, doi: 10.26905/jtmi.v8i1.6760.

H. Dafitri, E. Panggabean, N. Wulan, A. J. Lubis, S. Khairani, and A. Putri, "Pelatihan Desain UI/UX Website UMKM Profile Labscarpe Dengan Aplikasi Figma".

A. A. Wardana, M. A. Hanum, and F. Hamdani, "PENGEMBANGAN EKONOMI DESA MELALUI PEMBUATAN WEBSITE UMKM PADA ERA DIGITAL DENGAN MENERAPKAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) UNTUK MENINGKATKAN VISIBILITAS UMKM DESA KARANGPRANTI DI MATA PUBLIK," *J. Pengabdi. UMKM*, vol. 4, no. 1, pp. 10–15, Jan. 2025, doi: 10.36448/jpu.v4i1.69.

M. Khoiron and S. Alfani, "Pembuatan dan Pengelolaan Website Desa Sebagai Media Informasi dan Administrasi Desa Kawisrejo | Jumat Pendidikan: Jurnal Pengabdian Masyarakat," *JUMAT*, vol. 5, no. 2, Aug. 2024, doi: https://doi.org/10.32764/abdimaspen.v5i2.3883.