

Community Development

Pemanfaatan *E-Commerce Shopee* dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Cimanggis Kota Depok

Rizki Plasnajaya¹, Aghnia Wulandari², Pramuda Octabudiaji³, Awaludin⁴, Rizal Ardiansyah⁵, Defi Rizka Rahmawati⁶, Balqis Ummiyamarroh⁷, Uli Marsella⁸.

*e-mail : rizki.plasnajaya@stiemi.ac.id¹, awnofficial@gmail.com², pramudaoctabudiaji@gmail.com³, awalchikal10@gmail.com⁴, andriiansyah90@gmail.com⁵, defirizkarahmawati@gmail.com⁶, balqisummiamaroh@gmail.com⁷, ulimarsella45@gmail.com⁸.

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia

³Program studi Manajemen, STIE MBI

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian global, berkontribusi signifikan terhadap lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Di era digital saat ini, penting bagi UMKM untuk memanfaatkan platform e-commerce seperti shopee untuk menjangkau basis pelanggan yang lebih luas dan memperluas bisnis mereka di luar toko fisik tradisional. Dengan memanfaatkan pasar online, UMKM dapat meningkatkan visibilitas mereka, menarik pelanggan baru, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan penjualan dan pendapatan. Kemudahan dan aksesibilitas platform e-commerce memudahkan UMKM untuk bersaing dengan pengecer yang lebih besar dan membangun kehadiran online yang kuat.

Kata kunci : UMKM, pertumbuhan ekonomi, era digital, memperluas bisnis, menarik pelanggan baru.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the global economy, contributing significantly to employment and economic growth. In today's digital age, it is essential for MSMEs to utilize E-Commerce platforms like shopee to reach a wider customer base and expand their businesses beyond traditional brick-and-mortar stores. By tapping into the online marketplace, MSMEs can increase their visibility, attract new customers, and ultimately drive sales and revenue growth. The convenience and accessibility of e-commerce platforms make it easier for MSMEs to compete with larger retailers and establish a strong online presence.

Keyword : MSMEs, economic growth, digital age, Expanding Business, attract new customers.

1. PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan teknologi di Indonesia membuat semuanya dipermudah salah satunya membuka banyak kesempatan untuk pelaku sektor bisnis. Pelaku bisnis UMKM mulai membuka sejumlah bisnis dengan mudahnya saat ini, hal tersebut dapat kita lihat dengan banyaknya pelaku bisnis UMKM membuka bisnis dengan memanfaatkan media *online* di sosial media dan sejumlah aplikasi yang menunjang bisnis mereka.

Salah satu pendekatan yang dapat diambil dalam pengembangan ini yaitu melalui *digitalisasi* dan strategi pemasaran yang inovatif untuk menarik perhatian pembeli. Strategi pemasaran yang efektif melibatkan perencanaan yang matang untuk menjual produk, seperti memanfaatkan peluang pasar atau memaksimalkan penggunaan media sosial dalam menghadapi era *digital*, pelaku usaha di tuntut untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi.

Layanan *e-commerce* makin banyak yang bermunculan dan populer dengan cepat dengan pangsa pasar yang sangat besar, banyak penyedia layanan *e-commerce* ini berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan. *Shopee* menjadi *e-commerce* pertama pilihan masyarakat Indonesia dan memanfaatkan peluang bisnis dengan memaksimalkan *mobile marketplace* sehingga transaksi jual beli dapat dengan mudah dilakukan, *shopee* selalu berupaya untuk menyajikan isi yang secara khusus disesuaikan dengan channel lain untuk menjangkau konsumen melalui media sosial dilakukan untuk menginformasikan insiatif baru dan berkolaborasi dengan *public figure* seperti selebriti, *influencer* dan komunitas serta melibatkan penggemar mereka untuk mempromosikan inisiatif *shopee* (Suswanto dan Setiawan, 2020).

Kecanggihan tersebut harus benar-benar dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis agar berkembang dan maju bisnisnya. Bertumbuhnya bisnis UMKM selama ini cukup membantu perekonomian Indonesia karena membuka lapangan pekerjaan untuk para *jobseeker* yang membutuhkan pekerjaan dan keterampilan.

UMKM memilih *shopee* sebagai *platform* penjualannya karena lebih efektif dan efisien. Selain itu *e-commerce shopee* juga sering memberikan promo-promo serta *flashsale* di hari tertentu dan juga memberikan *gift* di hari ulang tahunnya. Adanya kejutan-kejutan yang menarik pada *e-commerce shopee* membuat konsumen tergiur sehingga melakukan pembelian pada *platform shopee* (Sulistiani dan Sugiarta, 2022).

Shopee adalah *platform e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara, menawarkan berbagai macam produk mulai dari fashion dan kecantikan hingga elektronik dan perlengkapan rumah tangga. Didirikan pada tahun 2015, *Shopee* dengan cepat menjadi pilihan populer bagi pembeli online yang mencari kenyamanan, variasi, dan harga yang kompetitif. Dengan antarmuka yang ramah pengguna dan opsi pembayaran yang aman, *shopee* telah mendapatkan basis pelanggan setia dan terus memperluas jangkauannya di wilayah tersebut.

Strategi pemasaran memainkan peran penting dalam keberhasilan UMKM. Di pasar yang sangat kompetitif, penting bagi bisnis ini untuk secara efektif mempromosikan produk dan layanan mereka agar menonjol dan menarik pelanggan. Dengan menerapkan kampanye pemasaran yang ditargetkan, UMKM dapat meningkatkan *brand awareness*, mendorong penjualan, dan pada akhirnya mengembangkan bisnis mereka.

Dengan strategi yang tepat, UMKM dapat bersaing dengan perusahaan yang lebih besar dan mengukir ruang untuk diri mereka sendiri di pasar. Memanfaatkan *platform* media sosial, pemasaran *email*, dan kolaborasi dengan *influencer* hanyalah beberapa contoh strategi pemasaran efektif yang dapat diterapkan UMKM. Dengan memahami *audiens target* mereka dan menyesuaikan pesan mereka, UMKM dapat menciptakan identitas merek yang kuat dan membangun loyalitas pelanggan. Di era *digital* saat ini, memiliki kehadiran *online* yang kuat sangat penting bagi UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik pelanggan

baru. Dengan terus menyempurnakan dan mengadaptasi strategi pemasaran mereka, UMKM dapat tetap terdepan dalam persaingan dan mencapai kesuksesan jangka panjang di pasar.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode penyuluhan yang mengulas bagaimana perubahan lanskap bisnis terjadi seiring dengan kemajuan teknologi *digital*. Peserta seminar dipandu untuk memahami bagaimana adaptasi dan pemanfaatan teknologi *digital* yang dapat meningkatkan kinerja dan daya saing dalam dunia bisnis. Materi seminar mencakup pengenalan konsep era *digital*, peluang yang terbuka seperti *e-commerce* dan pemasaran *online*, serta tantangan perubahan perilaku konsumen. sehingga dapat menerapkan pengetahuan tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Kegiatan ini dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu:

a. Tahap Perencanaan

Kegiatan yang dilakukan dalam tahap ini yaitu tim akan melakukan analisis awal (observasi), dengan cara survei ke lokasi pengabdian. Target pada tahap ini dapat memperoleh masalah hingga menentukan penyelesaian masalah, dengan hasil diskusi dengan pihak sekolah maka akan ditentukan juga jadwal kegiatan hingga sasaran kegiatan yang akan dilakukan oleh tim.

b. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan yang dilakukan dalam tahap ini yaitu tim pengabdian mulai untuk melakukan kegiatan seminar atau pemberian materi bagaimana pemanfaatan *e-commerce*, tutorial pembuatan toko dan bagaimana caranya mendaftar *shopee food* kepada pelaku UMKM di Kecamatan Cimanggis Kota Depok.

c. Tahap Pelaporan

Kegiatan yang dilakukan dalam tahap ini yaitu tim pengabdian dapat melakukan laporan hasil kegiatan hingga evaluasi tentang kegiatan yang telah berlangsung. Adanya umpan balik dari pelaksanaan kegiatan yang dilakukan, sebelumnya peserta tidak banyak yang tahu bagaimana caranya memasarkan produk, memperluas jangkauan penjualan, dan memiliki konsep berjualan yang menarik sehingga dapat memaksimalkan penjualannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran *digital* pertama kali diperkenalkan pada pertengahan 1990-an, sebagai strategi inovasi yang juga disebut pemasaran online, sebagai pemasaran langsung yang memanfaatkan kemajuan pesat dalam teknologi basis data dan media pemasaran baru terutama *internet*. seperti yang ditegaskan (Rumondang dkk., 2020) bahwa pemasaran *digital* adalah tren dalam perilaku konsumen, penggunaan, dan aksesibilitas konten. Oleh karena itu, saat ini konsep pemasaran *digital* yang tidak terbatas, semuanya diarahkan pada penggunaan teknologi *digital* dan telekomunikasi, melalui *Internet* dan *Intranet*.

Strategi pemasaran *digital* dan promosi melalui sosial media di uraikan dengan baik oleh narasumber ahli. Mencakup otomatisasi dan analistik data, inovasi telah ditekankan sebagai kunci kelangsungan bisnis. Melalui seminar ini, peserta juga belajar dari contoh kesuksesan bisnis yang telah menerapkan transformasi *digital*, serta mendapatkan panduan praktis tentang langkah-langkah implementasi teknologi *digital* seperti membuat toko *online* dan membuat akun penjualan *shopee food*.

Manfaat pemasaran *digital* dalam mendukung pemasaran sebaiknya dengan menerapkan definisi pemasaran. Dimana disebutkan bahwa pemasaran merupakan proses manajemen yang bertanggung jawab dalam mengidentifikasi, mengantisipasi, dan memuaskan kebutuhan serta memberikan keuntungan bagi pelanggan dan sekaligus terhubung pada kegiatan operasional UMKM guna meraih keuntungan.

UMKM menduduki peran penting sebagai pilar utama perekonomian negara, yang berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB nasional juga menyerap banyak tenaga kerja. Demi menciptakan ekosistem ekonomi yang stabil dan terus bertumbuh dengan baik, perlunya ada penguatan secara menyeluruh bagi UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Lebih lagi, kedepannya tren ekonomi *digital* semakin cepat berkembang sehingga persaingan usaha juga kian sengit.

A. Tahap Persiapan

Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “**Pemanfaatan E-Commerce Shopee dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran UMKM di Kecamatan Cimanggis, Kota Depok**”. Kegiatan *Community Development* ini dilaksanakan selama 1 hari yaitu tanggal 23 Juli 2024 yang bertepatan dengan hari Selasa, yang bertempat di Aula Kecamatan Cimanggis, Kota Depok. Pelaksanaan kegiatan dimulai pukul 08.00 WIB sampai pukul 11.00 WIB. Pelaksanaan kegiatan *Community Development* selama satu hari dengan susunan acara yang pertama adalah pembukaan kemudian dilanjutkan acara inti pemaparan materi dan terakhir adalah penutup.



Gambar 1.
Sambutan oleh Kepala Kecamatan Cimanggis - Depok.
Bapak Drs. Dody Setiawan, M.Si



Gambar 2.
Peserta Kegiatan Sosialisasi

B. Tahap Implementasi

Materi yang disampaikan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Peserta menerima wawasan berharga tentang bagaimana langkah-langkah pembuatan akun di aplikasi *Shopee*. Informasi ini dikomunikasikan melalui materi yang disosialisasikan secara interaktif.
2. Peserta mendapatkan informasi mengenai strategi penjualan melalui *social commerce*

Pemberian contoh atau cara melakukan pengambilan foto produk yang akan ditampilkan dan dipromosikan melalui *e-commerce shopee*. Sebuah foto dalam pemasaran *digital* sangatlah penting agar mampu memikat hati pelanggan yang jaraknya mungkin sangat jauh. Pentingnya foto dalam pemasaran sebuah produk melalui pemasaran *digital* kini

telah difasilitasi karena diiringi dengan perkembangan teknologi *digital* kamera yang mampu membantu para pelaku usaha UMKM dalam menghadapi *digitalisasi* pasar.



Gambar 3 :
Pemaparan materi 1 oleh Ibu Agnia Wulandari, S.T., M.M.



Gambar 4 :
Pemaparan materi 2 oleh Pramuda Octabudjadi dan Awaludin

3. Berbagi pengalaman saat melakukan bisnis online melalui media sosial.

Setelah materi di sampaikan oleh Narasumber dan Pemateri, maka tibalah saatnya pada sesi tanya jawab, Ada beberapa pertanyaan dari peserta diantaranya :

1. Bagaimana supaya tampilan di media sosial menarik sekaligus meyakinkan ?
2. Bagaimana mengenalkan *brand* atau *merk* menggunakan *budget* minimal ?
3. Strategi dan riset apa yang perlu dilakukan untuk mendatangkan banyak pembeli ?
4. Apa yang harus di lakukan, apabila kita sudah mulai berjualan online namun penjualan tidak kunjung ada peningkatan ?
5. Bagaimana cara mendaftar akun shopeefood ?

Narasumber dan pemateri menjawab atau memberi tanggapan terhadap pertanyaan dari peserta sebagai berikut :

1. Tampilan Menarik dan Meyakinkan di Media Sosial

Visual yang Menarik: Gunakan foto dan video berkualitas tinggi yang relevan dengan produk atau layanan. Pastikan gambarnya tajam, terang, dan menarik perhatian.

Konten yang Menarik: Buat konten yang informatif, menghibur, dan bermanfaat bagi audiens. Bagikan tips, tutorial, cerita di balik produk, atau konten yang berkaitan dengan gaya hidup.

Konsistensi: Posting secara teratur dengan jadwal yang konsisten. Ini akan membantu kita membangun pengikut yang setia dan meningkatkan visibilitas akun.

Interaksi: Berinteraksi dengan pengikut seperti menjawab komentar, pertanyaan, dan pesan. Ini akan membantu membangun hubungan yang kuat dan membangun kepercayaan.

Gunakan Hashtag yang Relevan: Hashtag membantu orang menemukan konten. Gunakan hashtag yang relevan dengan produk atau layanan, serta hashtag yang sedang tren.

2. Mengenalkan Brand dengan Budget Minimal:

Manfaatkan Media Sosial: Media sosial adalah platform yang sangat efektif untuk membangun brand awareness dengan biaya rendah. Gunakan strategi organik seperti posting konten yang menarik, berinteraksi dengan pengikut, dan memanfaatkan fitur-fitur gratis yang tersedia.

Konten Berkualitas: Fokus pada konten yang bernilai bagi audiens. Ini bisa berupa tips, tutorial, cerita, atau konten yang menghibur.

Kerjasama dengan Influencer: Cari influencer yang relevan dengan target pasar dan tawarkan kerjasama untuk mempromosikan brand.

Program Referral: Berikan insentif kepada pelanggan yang mereferensikan produk atau layanan kepada orang lain.

Kontes dan Giveaway: Gunakan kontes dan giveaway untuk meningkatkan engagement dan membangun buzz di sekitar brand.

Kontes dan Giveaway: Gunakan kontes dan giveaway untuk meningkatkan engagement dan membangun buzz di sekitar brand Anda.

3. Strategi dan Riset untuk Mendatangkan Pembeli:

Riset Pasar: Pahami target pasar dengan baik. Siapa mereka? Apa kebutuhan dan keinginan mereka? Apa yang mereka cari di media sosial?

Analisis Kompetitor: Pelajari strategi pemasaran kompetitor. Apa yang mereka lakukan dengan baik? Apa yang bisa kita lakukan lebih baik?

Optimasi SEO: Pastikan website Anda dioptimalkan untuk mesin pencari. Gunakan kata kunci yang relevan dan tingkatkan kualitas konten.

Promosi Spesial: Tawarkan promosi spesial, diskon, atau program loyalitas untuk menarik pembeli.

4. Meningkatkan Penjualan Online:

Analisis Data: Gunakan data analitik untuk memahami perilaku pelanggan. Apa yang mereka beli? Kapan mereka membeli? Dari mana mereka datang?

Tingkatkan Kualitas Produk: Pastikan produk yang dijual berkualitas tinggi dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Perbaiki Layanan Pelanggan: Berikan layanan pelanggan yang ramah dan responsif. Tanggapi pertanyaan dan keluhan dengan cepat dan profesional.

Optimasi Website: Pastikan website mudah dinavigasi, aman, dan ramah seluler.

Promosikan Produk: Gunakan berbagai strategi pemasaran untuk mempromosikan produk, seperti email marketing, media sosial, dan iklan berbayar.

5. Untuk mendaftar akun Shopee Food sebagai merchant berikut langkah-langkahnya :

1. Download aplikasi Shopee Partner di App Store atau Google Play Store
2. Pilih Log In/Sign Up dengan SMS
3. Masukkan nomor handphone
4. Masukkan kode verifikasi (OTP)

5. Buat password
6. Pilih tipe usaha yang sesuai
7. Lengkapi data yang diperlukan, lalu klik "Kirim"
8. Unggah foto KTP dan lakukan verifikasi wajah
9. Isi kolom nomor handphone, alamat e-mail, kategori merchant, dan rata-rata pendapatan tahunan
10. Klik "Lanjutkan"

Proses verifikasi pendaftaran Shopee Food membutuhkan waktu sekitar 14 hari kerja. Dan kita bisa mengeceknya melalui aplikasi Shopee Partner maupun email.



Gambar 5.
Peserta mengajukan Pertanyaan



Gambar 6.
Narasumber menjawab pertanyaan

Kegiatan diskusi interaktif telah berlangsung dengan baik, Setelah sesi tanya jawab selesai maka dilanjutkan dengan pemberian hadiah berupa *doorprize* yang telah disediakan oleh panitia, Penyerahan hadiah di berikan oleh Pembimbing I dan II yaitu Bapak Rizki Plasnjaya, S.E., M.M. dan Ibu Aghnia Wulandari, S.T., M.M. dan Ketua Pelaksana Pramuda Octabudiaji pada peserta yang sudah bertanya. Sebagai penutup rangkaian kegiatan, acara dilanjutkan dengan penyerahan cenderamata kepada Sekretaris Camat Kecamatan Cimanggis, Depok dan kepada Ketua UMKM Kecamatan Cimanggis, Kota Depok yaitu Bapak Drs. Dody Setiawan, M.Si dan Bapak Munasik secara simbolis atas terlaksananya kegiatan *Community Development* ini dengan para peserta UMKM Kecamatan Cimanggis, Depok serta ditutup dengan doa dan foto bersama. Walaupun dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala teknis maupun non teknis yang ditemui, serta terbatasnya waktu kegiatan. Akan tetapi secara keseluruhan kegiatan *Community Development* ini dapat berlangsung dengan lancar dan sesuai dengan harapan, serta tujuan dari pelaksanaan tercapai.



Gambar 7 :
Sesi penyerahan Tanda Terimakasih



Gambar 8 :
Sesi foto penyerahan hadiah



Gambar 9 :
Sesi foto bersama



Gambar 10 :
Sesi foto bersama dengan para pemenang hadiah

4. KESIMPULAN

Melalui program pengabdian masyarakat yang telah di jalankan, Hasil dari kegiatan sosialisasi ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan dalam meningkatkan pendapatan bagi pelaku UMKM di Kecamatan Cimanggis melalui *e-commerce shopee*. meningkatkan visibilitas produk mereka, dan pada akhirnya, meraih kesuksesan dalam berbisnis *online*. Kami bersyukur kegiatan ini berjalan dengan lancar dan sesuai yang direncanakan, tanggapan peserta cukup bersemangat dan antusias dalam mengikuti rangkaian-rangkaian acara. Materi disampaikan secara interaktif sehingga peserta dapat memahaminya dengan baik. Selain penyampaian materi, dilakukan juga diskusi bersama dan sesi tanya jawab antara peserta dan narasumber berinteraksi dengan baik dan pada sesi tanya jawab banyak peserta yang ingin mengajukan pertanyaan mengenai materi yang telah disampaikan. Pengabdian ini dilakukan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia program studi S1 Manajemen, untuk penguatan kurikulum mata kuliah semester 4 dan melalui program pengabdian masyarakat ini, mahasiswa dapat menerapkan pengetahuan teoretis yang mereka pelajari di kelas dalam praktik nyata. Mahasiswa dapat mengasah keterampilan mereka, seperti pemecahan masalah, komunikasi, dan kepemimpinan, dengan berkomunikasi langsung dengan pelaku UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia, Program Studi Manajemen, UMKM Kecamatan Cimanggis Kota Depok, dosen pembimbing, serta panitia yang telah terlibat dalam kelancaran kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- https://repository.unja.ac.id/48024/1/DIGITALISASI_UMKM%20%281%29.pdf#page=64file:///C:/Users/Redmi/Downloads/2624-Article%20Text-7563-1-10-20221208.pdf
- Effendy,A.,& Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi&Akuntansi)*,4(3),702-714.
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/571>
- Rizal, M., Aslinda, A., Firman, M. J., & ... (2020). Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Malakaji Kabupaten Gowa. *Seminar Nasional ...*, 520 - 524 <https://ejurnal.sttdumai.ac.id/index.php/abdine/article/view/208>
- kominfo. (2018). Kementerian Kominfo Sebut Pengguna Internet Indonesia Capai 54 Persen.
- Febrianna, Alfida. (2022). Cara Lengkap Terima dan Kelola Pesanan ShopeeFood Merchant. Diakses pada 16 Juli 2024 dari https://dailysocial.id/post/cara-lengkap-terima-dan-kelola-pesanan-shopeefood-merchant#google_vignette
- 12 Langkah Cara Daftar Jualan di Shopee Food, Cari Cuan Now!. (2022). Diakses pada 16 Juli 2024 dari <https://ginee.com/id/insights/cara-daftar-jualan-di-shopee-food/>
- Ramadhani, Farah. (2021). 9 Tips Ampuh untuk Meningkatkan Penjualan di Shopee. Diakses pada 16 Juli 2024 dari <https://compas.co.id/article/meningkatkan->

[penjualan-di-shopee/](#)

Suswanto, P. and Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(2), pp. 16-29.

Karyati, Ika P. (2019). E-Commerce untuk UMKM Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. Diakses pada 16 Juli 2024 dari <https://bppk.kemenkeu.go.id/pusdiklat-keuangan-umum/berita/e-commerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-237095>

Sulistiyawati, E. S. dan Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blita. Jurnal Pemasaran Kompetitif. doi: 10.32493/jpkpk.v4i1.7087.