



**Journal of Human And Education**  
Volume 4, No. 1, Tahun 2024, pp 257-263  
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876  
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

## **Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Orang Asli Papua di Provinsi Papua Barat Daya**

**Andrei Maryen<sup>1\*</sup>, Edward Clan<sup>2</sup>, Rendi Patiasina<sup>3</sup>**

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Papua <sup>1, 2, 3</sup>

Alamat Email: andreimaryen@gmail.com<sup>1</sup>, edwardclan@gmail.com<sup>2</sup>, reyyudhistira18@gmail.com<sup>3</sup>

### **Abstrak**

Keunggulan dari pemanfaatan teknologi bagi UMKM yaitu mampu menjangkau konsumen potensial di seluruh daerah tanpa adanya batasan geografis yang mengikat. Selain itu, penggunaan teknologi juga memungkinkan UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, mulai dari pengelolaan inventaris hingga pelacakan data penjualan, yang berkontribusi pada pengambilan keputusan yang terinformasi untuk meningkatkan performa bisnis. Perkembangan teknologi saat ini juga ikut dirasakan oleh UMKM Orang Asli Papua yang berada di Provinsi Papua Barat Daya dalam menjalankan usahanya. UMKM Orang Asli Papua hingga saat ini belum mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam proses pengembangan usaha. Terdapat gap antara perkembangan teknologi dan kompetensi digital di antara UMKM Orang Asli Papua di Provinsi Papua Barat Daya yang mencerminkan ketidaksesuaian antara perkembangan teknologi digital dan tingkat keterampilan digital yang dimiliki oleh pelaku usaha Orang Asli Papua. Terdapat kesenjangan dalam pemahaman dan penerapan teknologi digital untuk pemasaran. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini bertujuan untuk memberikan mindset berwirausaha dan juga meningkatkan kompetensi pelaku UMKM Orang Asli Papua dalam memanfaatkan platform digital. Hasil yang di peroleh dari kegiatan ini diharapkan mampu menyadarkan para pelaku UMKM Orang Asli Papua akan pentingnya pemanfaatan digital marketing dalam menjalankan usahanya. Para peserta sangat antusias mengikuti pelatihan dan pendampingan ini untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam pemasaran secara digital.

**Kata Kunci:** *UMKM, teknologi, digital marketing, orang asli papua*

### **Abstract**

The advantages of utilizing technology for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) lie in their ability to reach potential consumers across various regions without geographical constraints. Moreover, technology usage enables MSMEs to enhance operational efficiency, covering inventory management to sales data tracking, contributing to informed decision-making for business performance improvement. The ongoing technological developments also impact Indigenous Papuan MSMEs in the Southwest West Papua Province in running their businesses. Until now, Indigenous Papuan MSMEs have not fully optimized technology utilization in their business development processes. There exists a gap between technological advancements and digital competencies among Indigenous Papuan MSMEs in the Southwest West Papua Province, indicating a misalignment between digital technology progress and the digital skills possessed by Indigenous Papuan business actors. There is a disparity in understanding and applying digital technology for marketing purposes. Training and mentoring activities aim to instill an entrepreneurial mindset and enhance the competencies of Indigenous Papuan MSME practitioners in utilizing digital platforms. The outcomes of these activities are anticipated to raise awareness among Indigenous Papuan MSME practitioners regarding the significance of employing digital marketing in their business operations. Participants show great enthusiasm in engaging in this training and mentoring to enhance their competencies in digital marketing.

**Keywords:** *MSMEs, technology, digital marketing, native Papuans*

## **PENDAHULUAN**

Pengoptimalan teknologi dalam upaya mempromosikan produk dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam pengembangan serta peningkatan eksposur bisnis. Dengan kehadiran teknologi, UMKM dapat memanfaatkan beragam platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile untuk meluaskan cakupan pasar. Salah satu keunggulan dari pemanfaatan teknologi bagi UMKM yaitu mampu menjangkau konsumen potensial di seluruh daerah tanpa adanya batasan geografis yang mengikat. Selain itu, penggunaan teknologi juga memungkinkan UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, mulai dari pengelolaan inventaris hingga pelacakan data penjualan, yang berkontribusi pada pengambilan keputusan yang terinformasi untuk meningkatkan performa bisnis.

Tidak hanya memperluas jangkauan pasar, teknologi juga memberikan peluang bagi UMKM untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen melalui berbagai platform komunikasi. Hal ini memungkinkan UMKM mendapatkan umpan balik langsung dari pelanggan, membangun hubungan yang lebih akrab, dan menyesuaikan produk atau layanan mereka sesuai dengan tuntutan pasar. Dengan adanya teknologi, UMKM dapat menggunakan analisis data untuk memahami pola perilaku konsumen, mengidentifikasi tren pasar, dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Secara keseluruhan, eksploitasi teknologi dalam mempromosikan produk UMKM tidak hanya memberikan dukungan dalam meningkatkan daya saing bisnis mereka, tetapi juga membuka peluang untuk pertumbuhan dan keberlanjutan di tengah era ekonomi digital.

Perkembangan teknologi saat ini juga ikut dirasakan oleh UMKM Orang Asli Papua yang berada di Provinsi Papua Barat Daya dalam menjalankan usahanya. Para UMKM ini diharapkan dapat mengadopsi teknologi digital dalam pemasaran produk, baik melalui media sosial maupun berbagai marketplace. Menjadi hal penting pula bagi seorang pengusaha dalam mengelola hubungan terhadap Pelanggannya baik kepada pelanggan loyal maupun memperoleh pelanggan baru. Data Pelanggan yang dihasilkan dari interaksi pada media sosial dan marketplace dapat dimanfaatkan untuk promosi serta meminimalisir biaya pengeluaran.

Namun pada kenyataannya, UMKM Orang Asli Papua hingga saat ini belum mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam proses pengembangan usaha. Gap antara perkembangan teknologi dan kompetensi digital di antara Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Orang Asli Papua di Provinsi Papua Barat Daya mencerminkan ketidaksesuaian antara perkembangan teknologi digital dan tingkat keterampilan digital yang dimiliki oleh pelaku usaha Orang Asli Papua. Terdapat kesenjangan dalam pemahaman dan penerapan teknologi digital untuk pemasaran. Meskipun teknologi digital marketing seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile telah berkembang pesat, UMKM Orang Asli Papua memiliki keterbatasan dalam memahami dan menggunakan alat-alat ini secara optimal untuk mempromosikan produk atau layanan mereka.

Selain itu UMKM Orang Asli Papua memiliki keterampilan digital yang minim dalam mengelola aspek-aspek operasional yang terkait dengan pemasaran digital, seperti manajemen inventaris dan analisis data penjualan. Pelatihan dan dukungan yang kurang mungkin menjadi faktor penyebabnya, sehingga UMKM Orang Asli Papua dapat kesulitan mengambil keputusan berbasis data atau mengoptimalkan proses bisnis dengan menggunakan teknologi digital. Dengan mengidentifikasi dan mengatasi gap ini, langkah-langkah seperti pelatihan dan pendampingan dapat diambil untuk memperkuat kompetensi digital UMKM Orang Asli Papua. Hal ini akan membantu mereka memanfaatkan potensi penuh teknologi digital, meningkatkan keberlanjutan bisnis, dan merangsang pertumbuhan ekonomi lokal.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini bertujuan untuk memberikan mindset berwirausaha dan juga meningkatkan kompetensi pelaku UMKM Orang Asli Papua dalam memanfaatkan platform digital, membuat akun di media sosial, pembuatan video profil UMKM, teknik membuat konten digital marketing seperti foto, video, dan infografis, copywriting dan pembuatan BMC (Business Model Canvas). Hasil yang di peroleh dari kegiatan ini diharapkan mampu menyadarkan para pelaku UMKM Orang Asli Papua akan pentingnya pemanfaatan digital marketing dalam menjalankan usahanya. Para peserta sangat antusias mengikuti pelatihan dan pendampingan ini untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam pemasaran secara digital, setelah mengikuti pelatihan para peserta dari UMKM Orang Asli Papua mampu membuat dan mengelola akun bisnis mereka pada media social seperti WA, facebook, Instagram dan Tik-Tok.

## **METODE**

Fokus dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kompetensi digital marketing UMKM Orang Asli Papua yang berada di Provinsi Papua Barat Daya, sebanyak 6 UMKM terlibat secara aktif dalam kegiatan ini diantaranya : UMKM Pauwbili, UMKM Sinagi Papua, UMKM Mahkota Kreatif, UMKM Rumah Etnik Papua, UMKM Subitu Kreasi Busana, dan UMKM Tenun Papua. Yang semuanya beroperasi di provinsi papua barat daya.



UMKM Pauwbili



Produk UMKM Sinagi Papua



UMKM Mahkota Kreatif



UMKM Rumah Etnik Papua



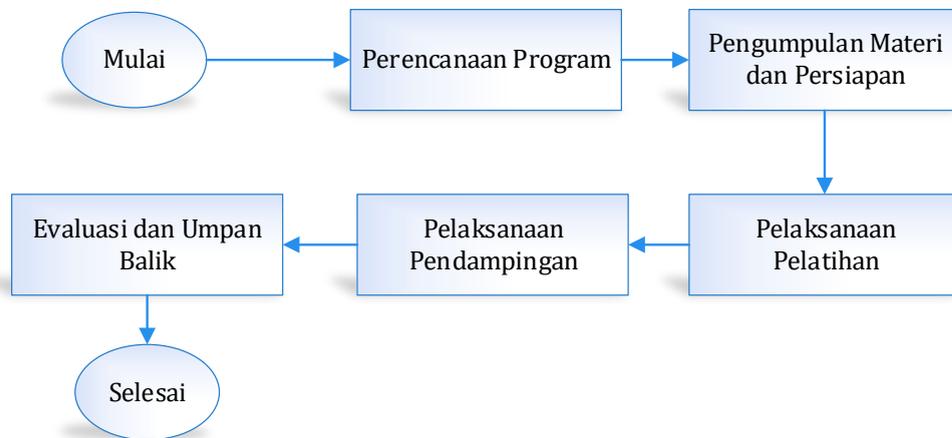
UMKM Subitu Kreasi Busana



UMKM Tenun Papua Meta Amani

Gambar 1. UMKM Orang Asli Papua yang menjadi sasaran dalam kegiatan pengabdian

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dengan pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan peningkatan kompetensi digital marketing UMKM Orang Asli Papua. Kegiatan dilakukan selama 2 hari dan pendampingan selama 14 hari kepada 6 UMKM Orang Asli Papua di Provinsi Papua Barat Daya diantaranya UMKM Pauwbili, UMKM Sinagi Papua, UMKM Mahkota Kreatif, UMKM Rumah Etnik Papua, UMKM Subitu Kreasi Busana, dan UMKM Tenun Papua Meta Amani. Adapun tahapan kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Alur Pelaksanaan Kegiatan

1. **Perencanaan Kegiatan**  
 Pada tahap ini, langkah pertama adalah mengidentifikasi tujuan dari kegiatan sosialisasi, seperti meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pemasaran digital atau memperkenalkan strategi memanfaatkan internet untuk mempromosikan produk lokal. Selain itu, perlu dilakukan penentuan kelompok sasaran yang akan terlibat dalam kegiatan tersebut, serta menyusun agenda dan materi yang akan disampaikan.
2. **Pengumpulan Materi dan Persiapan**  
 Proses persiapan melibatkan pengumpulan dan penyusunan materi edukatif yang diperlukan untuk kegiatan sosialisasi, termasuk penyusunan bahan presentasi. Selain itu, persiapan juga mencakup penyiapan tempat dan peralatan yang diperlukan untuk penyelenggaraan sosialisasi, seperti menyiapkan ruang pertemuan, perangkat presentasi, dan memastikan ketersediaan akses internet yang stabil.  
 Topik pelatihan sebagai berikut:

- a. Pemahaman mengenai pengelolaan Bisnis, strategi marketing, dan pemanfaatan media digital dalam memasarkan produk
  - b. Pengelolaan tim digital marketing dan pembuatan konten digital marketing
  - c. Teknik pembuatan konten foto dan video marketing dan strategi branding
  - d. Pemanfaatan saluran e-commerce dalam memasarkan produk
  - e. Pembuatan copywriting dan penjadwalan postingan
  - f. Pembuatan media digital untuk memasarkan produk UMKM Orang Asli Papua
  - g. Praktek strategi Bisnis dan marketing dari pelaku UMKM Orang Asli Papua
  - h. Pembuatan Business Model Canvas (BMC) langsung dari pelaku UMKM Orang Asli Papua
  - i. Sharing session dengan start up Asli Papua yang bergerak dalam pengembangan aplikasi
3. Pelaksanaan Pelatihan  
Pelatihan digital marketing dilaksanakan selama 2 hari dengan pembagian hari pertama untuk UMKM Pauwbili, UMKM Sinagi Papua, dan UMKM Rumah Etnik Papua, dan di hari kedua untuk UMKM Tenun Papua, UMKM Subitu Kreasi Busana, dan UMKM Mahkota Kreatif.
  4. Pelaksanaan Pendampingan  
Pendampingan di laksanakan selama 14 hari dengan mengunjungi langsung tempat usaha dari pelaku UMKM Orang Asli Papua di Provinsi Papua Barat Daya untuk berdiskusi lebih lanjut dan mengelola platform digital marketing serta pembuatan konten digital marketing. Pendampingan di lakukan oleh professional muda asli papua yang bergerak dalam Bisnis digital dan aplikasi. Hal ini merupakan tindak lanjut dari kegiatan pelatihan digital marketing bagi UMKM Orang Asli Papua. Adapun tahapan dari proses pendampingan digital marketing adalah sebagai berikut:
    - a. Persiapan  
Persiapan yang di lakukan yaitu pembentukan tim kerja dan tim produksi untuk mendampingi UMKM Orang Asli Papua di Provinsi Papua Barat Daya. Tim yang di bentuk adalah merupakan professional muda di bidang digital marketing yang juga merupakan Orang Asli Papua.
    - b. Pelaksanaan  
Pendampingan di lakukan secara intens selama 14 hari dengan mengunjungi masing-masing UMKM di tempat usahanya. Mendiskusikan dan menyepakati pengelolaan media digital marketing dan pembuatan konten digital marketing oleh tim produksi.
    - c. Evaluasi  
Evaluasi tim dan UMKM di lakukan secara berkala untuk memastikan progress dari pembuatan media digital marketing dan pembuatan konten marketing.
  5. Evaluasi dan Umpan Balik  
Evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi keberhasilan sosialisasi, tingkat partisipasi, serta pemahaman yang diperoleh peserta.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing**

Pelatihan ini dilaksanakan selama 2 hari pada tanggal 11-12 desember 2023 dengan pembagian hari pertama untuk UMKM Pauwbili, UMKM Sinagi Papua, dan UMKM Rumah Etnik Papua, dan di hari kedua untuk UMKM Tenun Papua, UMKM Subitu Kreasi Busana, dan UMKM Mahkota Kreatif.

Proses pelatihan pemasaran digital dimulai dengan sesi pemahaman konsep dasar, di mana peserta diperkenalkan dengan pengelolaan bisnis, strategi pemasaran, dan pemanfaatan media digital dalam memasarkan produk. Pemaparan awal ini bertujuan untuk membentuk dasar pengetahuan dan pemahaman yang kuat sebelum memasuki aspek yang lebih teknis dari pelatihan. Tahapan berikutnya adalah pelatihan manajemen tim dan konten digital. Peserta diajak untuk memahami teknik manajemen tim pemasaran digital dan melakukan praktek pembuatan konten pemasaran digital yang efektif. Aspek ini tidak hanya membahas strategi manajemen tim, tetapi juga fokus pada kreativitas dalam menciptakan konten yang menarik bagi target pasar.



Gambar 3. Pelatihan Hari Pertama Digital Marketing UMKM OAP

Modul selanjutnya membahas teknik pembuatan konten foto dan video pemasaran, serta strategi branding melalui konten digital. Peserta akan diajarkan cara menghasilkan konten visual yang kuat dan mendalam, sekaligus memahami peran konten dalam membangun citra merek. Pada modul keempat, peserta diajak untuk memahami pemanfaatan saluran e-commerce dalam memasarkan produk. Diskusi mencakup cara efektif menggunakan platform e-commerce dan melibatkan studi kasus untuk memahami keberhasilan penggunaan saluran ini dalam strategi pemasaran. Modul kelima membahas pembuatan copywriting yang efektif dan teknik penjadwalan postingan untuk memaksimalkan jangkauan. Aspek ini menitikberatkan pada kemampuan peserta dalam menulis teks yang persuasif dan penjadwalan postingan yang strategis. Langkah berikutnya, peserta akan terlibat dalam pembuatan media digital khusus untuk memasarkan produk UMKM Orang Asli Papua. Modul ini menggabungkan pembelajaran teknis dengan aspek strategis, memastikan bahwa peserta dapat mengaplikasikan pengetahuan mereka dalam konteks nyata.



Gambar 4. Pelatihan Hari Kedua Digital Marketing UMKM OAP

Proses pelatihan juga mencakup praktek langsung strategi bisnis dan pemasaran dengan melibatkan pelaku UMKM Orang Asli Papua. Ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengaplikasikan pengetahuan mereka dalam pengaturan bisnis yang konkret dan mendapatkan umpan balik langsung dari praktisi. Pembuatan Business Model Canvas (BMC) menjadi fokus modul berikutnya. Peserta akan memahami langkah-langkah dalam membuat BMC dan mendapatkan pengalaman langsung dengan membantu pelaku UMKM Orang Asli Papua merinci model bisnis mereka. Sesi terakhir melibatkan sharing session dengan start-up asli Papua yang bergerak dalam pengembangan aplikasi. Peserta akan mendapatkan wawasan dan inspirasi langsung dari para pelaku industri yang sukses di Papua, memberikan dimensi praktis pada pengetahuan yang telah mereka peroleh selama pelatihan. Proses ini dirancang untuk memberikan peserta pengetahuan yang holistik dan keterampilan praktis dalam dunia pemasaran digital.

## 2. Pelaksanaan Pendampingan Digital Marketing

Pendampingan di laksanakan selama 14 hari dengan mengunjungi langsung tempat usaha dari

pelaku UMKM Orang Asli Papua di Provinsi Papua Barat Daya untuk berdiskusi lebih lanjut dan mengelola platform digital marketing serta pembuatan konten digital marketing. Pendampingan dilakukan oleh profesional muda asli Papua yang bergerak dalam Bisnis digital dan aplikasi. Hal ini merupakan tindak lanjut dari kegiatan pelatihan digital marketing bagi UMKM Orang Asli Papua. Hal ini merupakan tindak lanjut dari kegiatan pelatihan digital marketing bagi UMKM Orang Asli Papua. Pendampingan ini telah menyepakati beberapa hal diantaranya pengelolaan media digital marketing dan pembuatan konten digital marketing oleh tim produksi.



Gambar 5. Pelaksanaan Pendampingan Digital Marketing UMKM OAP

Pendampingan dalam bidang pemasaran digital melibatkan beberapa aspek utama, dengan salah satunya adalah pengelolaan media digital marketing. Pengelolaan media digital mencakup strategi dan taktik untuk mengelola dan memanfaatkan platform digital, seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile. Dalam konteks ini, pendampingan digital marketing memberikan bimbingan tentang cara efektif menggunakan berbagai alat digital untuk meningkatkan visibilitas merek, berinteraksi dengan audiens, dan meningkatkan kehadiran online secara keseluruhan.

Selain pengelolaan media digital, pendampingan digital marketing juga mencakup pembuatan konten digital marketing. Ini melibatkan proses pengembangan materi promosi yang dapat mencakup tulisan, gambar, atau video, dengan tujuan menarik perhatian dan memengaruhi perilaku konsumen. Pendampingan ini fokus pada strategi konten yang dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, meningkatkan engagement, dan membangun hubungan yang berkelanjutan antara merek dan audiensnya.

Dengan demikian, pendampingan digital marketing menyediakan panduan praktis untuk mengelola media digital dan menciptakan konten yang relevan dan memikat. Melalui bimbingan ini, pelaku bisnis dapat memahami strategi pemasaran digital yang efektif dan menerapkannya dalam upaya memperkuat presensi online mereka dan mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan.

## SIMPULAN

UMKM Orang Asli Papua merupakan sangat perlu untuk dikelola secara profesional terutama dalam pemanfaatan teknologi digital marketing. Sektor ini dapat memberikan pendapatan yang cukup besar bagi provinsi Papua Barat Daya jika dikelola dengan baik dan tentunya akan berdampak sangat baik bagi peningkatan taraf hidup dan taraf ekonomi Orang Asli Papua. Pelatihan dan pendampingan Digital Marketing dalam upaya meningkatkan bisnis UMKM Orang Asli Papua sangat penting dan dibutuhkan untuk meningkatkan kompetensi para pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital marketing dalam menjalankan bisnisnya. Saran untuk Pengabdian kepada masyarakat selanjutnya perlu dilakukan: Coaching clinic 1 on 1 agar upaya diskusi antara pelaku UMKM lebih fokus dan terarah sesuai model bisnis masing-masing; Porsi materi yang disampaikan lebih banyak dengan Brainstorming, Praktik dan Case Study; Pelatihan dan Pendampingan dapat dilakukan secara berkesinambungan dan periodik.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada berbagai pihak yang telah membantu kegiatan dan penulisan jurnal Pengabdian Masyarakat ini, Kepada BAPPERIDA Provinsi Papua Barat Daya bidang Riset dan Inovasi Bapak Frangky Saa beserta rekan-rekan terima kasih telah memberikan kesempatan dan dukungan bagi kami Tim Pelatihan dan pendampingan yang adalah Orang-Orang Asli Papua untuk melaksanakan kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing bagi UMKM Orang

Asli Papua “kitong kuat karena kitong satu”, juga kepada rekan-rekan dosen Universitas Kristen Papua Sorong. Dan tentunya kepada saudara-saudari kita terkasih dari UMKM Orang Asli Papua yang berada di Provinsi Papua Barat Daya “ dengan doa, niat tulus, dan kerja keras Bersama, kita akan menjadi tuan di atas tanah kita sendiri”

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2020). Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 215–222. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i2.195>
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1).
- Eljawati. (2021). Peran UMKM Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Publik*, 8(1), 32–46.
- Febriyantoro, M. T., & 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), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Semuel, H., & Setiawan, K. Y. (2018). Manajemen Pemasaran. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47–52. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.47>
- Priambada, Swasta. (2017). Potensi Media Sosial bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Malang Raya. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*.
- Rahmadoni, Jefril, dkk. (2023). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Usaha Meningkatkan Penjualan Dan Pemasaran Pada UMKM Uberrr Kota Solok. *Jurnal Andalas: Rekayasa Dan Penerapan Teknologi* - Vol. 3 No. 1 (2023) 1-11. ISSN (Online) 2797-9024. DOI: <https://doi.org/10.25077/jarpet.v3i1.29>
- Ed Dien, Habibie, dkk. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital Melalui Pemanfaatan Aplikasi Online Marketplace bagi UMKM di Lapak Berkah PKK Singosari Malang. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA: Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat*. Vol. 3, No. 3 (November 2022) E-ISSN : 2722-5097 Pg : 436-443.