

## Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Inovasi Produk Kerajinan Tangan Berbasis Green Village

Ferdinan Bashofi<sup>1</sup>, Septa Rahadian<sup>2</sup>, Sari Melina Tobing<sup>3</sup>, Arif Wahyu Hidayat<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>Prodi Pendidikan Sejarah dan Sosiologi, IKIP Budi Utomo

<sup>2</sup>Prodi Pendidikan Sejarah dan Sosiologi, IKIP Budi Utomo

<sup>3</sup>Prodi Pendidikan Sejarah dan Sosiologi, IKIP Budi Utomo

<sup>4</sup>Prodi Pendidikan Sejarah dan Sosiologi, IKIP Budi Utomo

e-mail: [ferdinanbashofi@budiutomomalang.ac.id](mailto:ferdinanbashofi@budiutomomalang.ac.id), [septarahadian@budiutomomalang.ac.id](mailto:septarahadian@budiutomomalang.ac.id),  
[sarimelinatobing@budiutomomalang.ac.id](mailto:sarimelinatobing@budiutomomalang.ac.id), [arifwahyuhidayat@budiutomomalang.ac.id](mailto:arifwahyuhidayat@budiutomomalang.ac.id)

### Abstract

*The purpose of this service activity is to help mendong craft SMEs in increasing sales through product diversification with better quality and expanding marketing reach. The benefit of the activity is to increase sales turnover so that it can expand marketing reach and increase income for mendong craft business owners. The problems faced by partners are firstly recognized by partners that the craftsmen have not found a new strategy in marketing efforts. So far, marketing has been conventional, not using promotional media to introduce products, just waiting for resellers to come. Second, the limited ideas of mendong craftsmen to produce various and quality products. There are many handicraft businesses such as mats, slaps, and delivery in the market and are generally the same, so the business competition is getting tougher. To solve this problem, a distinctive product diversification strategy is needed and expands the marketing area through a promotional strategy. Product diversification is carried out through improving product quality, giving a touch in the form of a distinctive pattern based on local wisdom in mendong crafts. This is done through training in making mendong crafts by bringing in experts who are competent in their fields. The target of this activity is new, unique, and high quality mendong handicraft products. While the marketing strategy is carried out in various ways, including branding, social media and marketplaces, as well as making business nameplates. The output of this activity is that there are brands on all mendong handicraft products that are elegant and attractive; published and activated old and new products on social media and marketplaces; as well as a business nameplate.*

**Keywords:** Empowerment, Handicraft Innovation, Mendong, Green Village

### Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah membantu UMKM kerajinan mendong dalam meningkatkan penjualan melalui diversifikasi produk dengan kualitas yang lebih baik dan memperluas jangkauan pemasaran. Manfaat kegiatan ingin meningkatkan omset penjualan sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan pendapatan bagi pemilik usaha kerajinan mendong. Permasalahan yang dihadapi mitra, pertama diakui oleh mitra bahwa para pengrajin belum menemukan strategi baru dalam usaha pemasaran. Selama ini pemasaran yang dilakukan masih bersifat konvensional, belum menggunakan media promosi untuk memperkenalkan produk, hanya menunggu reseller yang datang. Kedua, terbatasnya ide pengrajin mendong untuk menghasilkan produk yang beragam dan berkualitas. Usaha kerajinan seperti tikar, tampar, hantaran sudah banyak dipasaran dan secara umum sama sehingga persaingan usaha semakin ketat. Untuk menyelesaikan masalah tersebut maka, perlu

strategi penganekaragaman produk (diversifikasi) yang khas dan memperluas wilayah pemasaran melalui strategi promosi. Diversifikasi produk dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, memberikan sentuhan berupa corak khas berbasis kearifan lokal dalam kerajinan mendong. Hal ini dilakukan melalui pelatihan pembuatan kerajinan mendong dengan mendatangkan tenaga ahli yang berkompeten di bidangnya. Target dari kegiatan ini adalah produk kerajinan mendong yang baru, unik, dan berkualitas. Sedangkan strategi pemasaran dilakukan melalui berbagai cara antara lain pemberian merek, media sosial dan marketplace, serta pembuatan papan nama usaha. Luaran dari kegiatan ini yaitu terdapat merek pada seluruh produk kerajinan mendong yang elegan dan menarik; produk-produk lama dan baru terpublish dan teraktivasi di media sosial maupun marketplace; serta papan nama usaha.

**Kata kunci :** Pemberdayaan, Inovasi Kerajinan Tangan, Mendong, Green Village

## A. PENDAHULUAN

Indonesia adalah sebuah negara agraris, namun arah pembangunan yang seharusnya dipusatkan pada pemberdayaan dan pemandirian masyarakat petani, justru berorientasi pada ekonomi besar yang semakin menekan golongan kecil, malah mengesampingkan sektor riil dan kesejahteraan masyarakat petani. Sektor riil selalu dianggap sebagai sektor yang tidak mungkin maju tanpa digalakkannya industrialisasi pada sektor tersebut. Padahal telah disadari bahwa industrialisasi hanya akan menghasilkan jutaan buruh tani berubah "nasib" menjadi buruh industri.

Program program yang dilancarkan oleh pemerintah, sepertinya hanya sebuah upaya untuk menarik simpati rakyat semata, hal ini nampak jelas ketika para politikus mulai mengumbar janji janji kepada kelompok petani, yang notabene diharapkan menjadi lumbung suara politik mereka. Ketika semua keinginan politikus tercapai kelompok kecil seperti petani hanya menjadi korban politik semata, berbagai kebutuhan pokok terus naik tanpa diimbangi dengan perbaikan dalam sector pertanian yang semakin terpuruk. Kita lihat saja kehidupan petani kecil yang ada disekeliling kita, hasil pertanian yang mereka jual selalu jauh dibawah harga kebutuhan pokok mereka.

Mungkin ada benarnya jika kita mengklasifikasikan diri sebagai negara kaum buruh, karena kesejahteraan rakyat Indonesia, khususnya masyarakat petani, tidak pernah bergerak secara vertikal melainkan bergeser secara horizontal dimana rakyat hanya menerima nasib sebagai buruh, sehingga ketika kita berbicara mengenai posisi rakyat Indonesia di antara kebijakan ekonomi dan moneter yang dicanangkan pemerintah, rakyat kita tidak memiliki satu posisi tawar apapun Seperti kebanyakan nasib petani dan pengerajin yang ada diindonesia, petani mendong-pun juga mengalami hal yang sama, tanaman yang berorientasi pada kerajinan ini kian hari harganya kian terpuruk, tanpa mendapatkan

perhatian dari pemerintah setempat. Bahkan tidak sedikit hasil dari pertanian mereka tidak cukup untuk menafkahi keluarga mereka, sehingga mereka harus mengais rejeki dari pekerjaan lain.

Kebutuhan yang semakin meningkat dan penghasilan yang tidak memadai mengantarkan para petani mendong kejurang kemiskinan yang semakin dalam, terlebih lagi dengan dibukanya kegiatan perdagangan bebas, para petani yang berorientasi pada tanaman kerajinan ini mulai tergusur oleh produk-produk dari luar negeri yang tentunya lebih murah dan lebih tahan lama dibandingkan dengan barang dari tanaman mendong tersebut. Hal inilah yang beberapa tahun ini mulai dirasakan petani mendong di desa Blayu.

Pemerintah Kabupaten Malang sendiri telah banyak melakukan kegiatan kegiatan pengembangan UMKM diwilayahnya, termasuk di Desa Blayu yang merupakan sentra kerajinan tenun dan tali mendong, Program program yang telah dijalankan antara lain dengan memberikan pelatihan, pendampingan, dan memberikan bantuan-bantuan modal usaha bagi para pelaku UMKM yang menjalankan bisnis kerajinan mendong mendong (Athia & Primanto, 2020). Namun, selama ini hasil yang terlihat memang belum optimal karena program-program yang dilakukan pemerintah kurang terstruktur dan bersifat sementara tanpa ada monitoring kepada oleh para pelaku UMKM kerajinan mendong terutama di Desa Blayu, Kecamatan Wajak.

Solusi selanjutnya yaitu melakukan strategi pemasaran atau promosi dengan tujuan meningkatkan jumlah penjualan. Strategi promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara antara lain pembuatan merek dan kemasan (brand), melalui media sosial, penjualan tatap muka, dan lain-lain [M. A. Rezki dan D. R. Hapsari.2019]. Keputusan pemilihan sarana promosi harus mempertimbangkan beberapa faktor seperti segmen pasar yang dituju, anggaran yang tersedia, dan tujuan promosi [S. Khairani dan R. Pratiwi.2018]. Berdasarkan hal tersebut, sarana atau media yang bisa dipilih untuk melakukan strategi promosi yaitu pemberian merek, media sosial dan marketplace, serta pembuatan papan nama usaha.

Tim akan membantu merancang dan memberikan nama/merek serta logo. Merek merupakan nama dan/atau simbol yang bersifat membedakan, seperti sebuah logo, cap, atau kemasan dengan maksud mengidentifikasi produk dan membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing [L. Sa'diya.2021].

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk dapat: Memberikan motivasi terhadap partisipasi aktif masyarakat dalam bentuk pelatihan dan pendampingan kegiatan; Membangun hubungan kemitraan dan Kerjasama dengan masyarakat, pemerintah daerah dan dunia usaha serta pihak-pihak terkait

lainnya dalam rangka mengembangkan jaringan dan meningkatkan dukungan bagi pengembangan kawasan dan keberlanjutan pemberdayaan masyarakat. Perlu adanya solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha kerajinan mendong dan menjadi penghambat kemajuan UMKM di Desa Blayu. Tujuannya agar para pelaku usaha tetap dapat bertahan serta mampu bersaing dengan produk lain di pasaran (Wulandari, Wahyuni, & Zulianto, 2021).

## B. METODE



### 1. Analisis Situasi

Berdasarkan survei pendahuluan dan pengamatan yang Tim Pengabdian Kepada Masyarakat laksanakan sebagai analisis situasi pada masyarakat khususnya para petani mendong dan kelompok pengrajin rumput mending di desa Blayu, mayoritas kurang mengerti dan belum memahami tentang potensi diversifikasi produk olahan lanjutan dari rumput mendong, para petani dan pengrajinpun belum menguasai pasar digital marketing yang lagi tren seperti shopee maupun tokopedia dalam memasarkan produk-produk mereka, oleh karena itu Tim Pengabdian Kepada Masyarakat berkeinginan untuk membangun pemahaman dan kesadaran masyarakat khususnya petani dan pengrajinan tikar dan tali

rumpun mendong pentingnya diversifikasi produk dan pemasaran produk secara digital, maka kegiatan ini dilaksanakan dengan metode sebagai berikut:

## 2. Focus Group Discussion

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat berdiskusi dengan masyarakat dan perangkat desa terkait mengenai potensi diversifikasi produk kerajinan lanjutan dari rumpun mendong selain tikar dan tali mendong, para petani dan pengrajinpun dibekali informasi tentang digital marketing yang lagi tren seperti shopee maupun tokopedia dalam memasarkan produk-produk mereka,. Pada sesi terakhir setelah dilakukan praktek pembuatan tas, vas bunga, taplak meja dilengkapi dengan ceramah dan penyuluhan mengenai strategi pengembangan usaha, teknis pemasaran produk ini.

## 3. Pelatihan dan Pendampingan

Pada sesi berikutnya Tim Pengabdian Kepada Masyarakat memperagakan/mempraktikkan dan memberikan pelatihan teknis serta pendampingan kepada Ibu-ibu PKK dan kelompok dasa wisma di desa Blayu bagaimana proses pembuatan kerajinan tangan.

## 4. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilaksanakan dengan tujuan mencari kendala dan masalah yang muncul di lapangan untuk selanjutnya dicarikan solusi agar kegiatan tetap berjalan sesuai dengan harapan

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Identifikasi Permasalahan yang Dihadapi oleh Para Pelaku Usaha atau Industri Kerajinan Mendong

Terkait masalah pemasaran, sebenarnya perlu ada kerjasama yang saling menguntungkan antara petani dan pedagang. Melihat keadaan disana, dapat diketahui jika pedagang lebih untung daripada petani. Petani pun tidak bisa menyalahkan pedagang, karena pedagang tetap pada pendiriannya bahwa dengan harga seperti ini, pedagang harus tetap untung. Dan juga perlu diingat seorang penebas harus membayar buruh-buruhnya yang bekerja menebang, memilih atau membersihkan, menjemur, dan mengikat sesuai dengan ukuran, dari sinilah harus disesuaikan ketika membeli mendong dari petani, upah untuk buruh dan keuntungan yang diperoleh oleh si-pemborongdan Ada beberapa pedagang mendong yang merupakan petani mendong dan ikut dalam kelompok tani. Hal

tersebut seharusnya bisa dimanfaatkan untuk saling bekerjasama mengenai pemasaran. Perlu adanya pasar lokal sehingga petani tidak tergantung dengan permintaan dari daerah lain.

Pemasaran mendong memang ada perjanjian antara pedagang dengan petani, tetapi hanya sebatas membeli saja. Semisal tidak ada pedagang mendong di desa mereka atau tidak ada pedagang pengumpul, maka mendong tidak bisa dipasarkan. Hal ini menyebabkan petani sangat tergantung pada pedagang. Pada kondisi sekarang ini, petani terpaksa menjual mendongnya dengan harga yang rendah karena pedagang hanya membelinya dengan harga rendah.

Hubungan hubungan sosial selain petani dengan pedagang sebenar juga Nampak antara petani satu dengan petani lainnya misalnya dalam pengairan, mereka akan saling bekerjasama untuk mengairi sawah mereka dari saluran yang berada disamping lahan pertanian. Tanaman mendong juga merupakan tanaman yang membutuhkan banyak air, sehingga akan mendorong petani untuk bekerjasama dalam pengairan.

Penjual mendong kepada pemborong dilakukan petani, tentunya tidak lepas dari waktu panen yang singkat dan pertumbuhan mendong yang cukup cepat, karena jika lahan tersebut dipanen sendiri, maka ketika sebagian lahan belum dipanen, sebagian lahan lagi tanaman sudah mulai tinggi hal ini nantinya akan mempersulit petani dalam mengontrol pemupukan tanaman apabila tumbuh tidak merata, selain itu resiko cuaca yang tidak emmentu membuat tanaman mendong lama untuk kering, jadi membutuhkan waktu yang lama jika dipanen sendiri, dan resiko atau mendapat harga yang rendah di pasar nantinya. sebaliknya jika diserahkan pada pemborong maka pekerjaan tersebut akan lebih cepat selesai dan tanaman dapat segera dipupuk dan di siangi agar dapat tumbuh optimal.

Kehidupan bermasyarakat memang mengharuskan petani untuk membangun hubungan dengan orang lain. Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa hidup sendiri karena dalam kehidupan, pastinya dibutuhkan orang lain. Adanya motivasi sosiologis yang tinggi pada responden ini juga menunjukkan bahwa petani dapat bergabung dengan orang lain, dapat bekerjasama, serta bertukar informasi. Kehidupan masyarakat di desa juga masih sangat erat, sehingga rasa sosial responden juga tinggi.

Dalam hasil wawancara menunjukkan bahwa pengalaman petani menanam mendong sangat dipengaruhi oleh orangtua mereka, yang notabene juga seorang petani mendong, jadi bisa juga kita mbil kesimpulan lahan yang digarap oleh para petani saat ini adalah warisan dari orang tua mereka. Keahlian dalam menanam dan memelihara mendong juga dipengaruhi oleh banyaknya pengalaman-pengalaman hidup yang dapat dilihat dari banyaknya umur seseorang. Pengalaman yang dimiliki oleh petani tua dalam menanam tanaman mendong tentunya lebih banyak dibandingkan dengan petani yang berumur muda.

Semakin tinggi umur petani maka keinginan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dengan mengusahakan tanaman mendong semakin tinggi. Semakin bertambahnya umur nara sumber diikuti dengan tingginya kebutuhan ekonomi. Hal ini berarti bahwa kebutuhan ekonomi dalam membudidayakan mendong dipengaruhi oleh bertambah dewasa maka tanggung jawabpun bertambah besar. Apalagi ketika seseorang individu sudah memasuki jenjang pernikahan, dan pendidikan anak anaknya menjadi salah satu tanggung jawab orang tua dan orang tua wajib bertanggung jawab penuh atas semua kebutuhan keluarganya. Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan keluarga terus meningkat. Kondisi ini akan memicu kepala keluarga untuk meningkatkan pendapatannya. Pendapatan yang diperoleh akan digunakan untuk membayar seluruh kebutuhan keluarga.

Pendidikan anak menjadi hal penting bagi petani untuk terus mempertahankan usaha budidaya mendong mereka, hal ini tidak lepas dari kondisi pendidikan orang tua yang rendah menginginkan akan anaknya kelak tidak menjadi seperti orang tuanya yang setiap hari bergelut dengan lumpur dan panas matahari, hal ini nampak dari hasil wawancara yang dilakukan dengan seorang petani mendong, dimana petani tersebut tidak lulus sekolah dasar dan buta huruf sangat berkeinginan agar anaknya menjadi orang yang sukses dan terhormat dikampungnya.. Bertambahnya pengetahuan juga membawa petani untuk berusaha mengembangkan berbagai usaha agar keinginan untuk memenuhi kebutuhan ekonominya juga bisa dicapai. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki petani, maka mereka mampu memilih komoditas mana yang lebih menguntungkan serta mampu mencari jalan keluar agar budidaya tanaman mendong tetap berjalan dengan harapan bahwa suatu saat harga mendong akan naik.

Untuk saat ini petani yang memiliki lahan luas atau sempit tetap memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan ekonominya lebih baik dari sebelumnya dengan menanam mendong. Tanaman mendong juga mudah untuk diusahakan sehingga bisa ditanam pada lahan yang luas atau sempit. Namun karena harga yang terus merosot membuat petani tidak bisa berbuat banyak selain mencari alternative lain dalam menambah pundi pundi rejeki ditempat lain. Karena sarana yang dibutuhkan dalam budidaya tanaman mendong juga hanya sedikit. Sarana yang paling banyak dibutuhkan hanya pupuk. Pupuk bisa diperoleh dengan membelinya dikelompok tani atau took pupuk, sedangkan bibit diperoleh dari tanaman mendongnya sendiri. Terkait dengan pestisida, petani jarang menggunakan pestisida karena tanaman mendong tahan terhadap hama penyakit. Dari sinilah beberapa petani memilih bertahan dengan membudidayakan mendong.

walaupun dari hasil observasi dilapangan menunjukkan bahwa dengan semakin merosotnya harga mendong membuat beberapa lahan yang dulunya merupakan tempat budidaya mendong mulai beralih menjadi tanaman padi, tentunya hal tersebut dilakukan dengan resiko biaya yang cukup besar saat merubah lahan, dan hama tikus dan burung yang semakin menjadi jadi ketika hama tersebut menemukan tanaman yang sangat mereka sukai.

Selain lahan sendiri, para petani mendong juga dapat menyewa lahan pertanian dari petani lain yang mulai enggan mngurusi lahan mereka atau memang sudah tidak kuat lagi mengerjakan lahan yang terlalu luas. Dari lahan yang disewakan atau dikerjakan dan hasilnya dibagi antara pemilik dan penggarap tentunya akan menambah pendapat petani mendong, yang memiliki tenaga lebih dalam mengolah lahan pertanian.

### C. Pelatihan Inovasi Produk Kerajinan Tangan

Pelatihan ini memberikan kesempatan kepada seluruh pelaku usaha kerajinan Mendong agar dapat berkreasi, berinovasi, dan melakukan diversifikasi produk dengan jenis yang lebih beragam dari bahan baku anyaman tali mendong seperti tas, vas bunga, dan tas tikar. Tidak hanya itu, diversifikasi yang dilakukan juga memberikan inovasi pada motif produk yang dihasilkan sehingga memiliki ciri khas Desa Blayu dengan kualitas yang unggul. Para peserta juga dibekali pengetahuan terkait diversifikasi produk yang harus dilakukan berdasarkan survei terhadap tren atau permintaan pasar terlebih dahulu.

Kegiatan pelatihan dalam pelaksanaannya mengundang narasumber dari luar daerah dan yang telah memiliki pengalaman didunia kerajinan. yaitu HARVIE COLLECTION and HANDCRAFT yang telah lama berkecimpung dengan dunia kerajinan tangan.



**Gambar 1. Pengenalan dan Punggunaan Alat Oleh Narasumber Ibu Harvie (Sumber: dokumentasi pribadi.2022)**



**Gambar 2. Pelatihan Pembuatan kerajinan (Sumber: dokumentasi pribadi.2022)**



Gambar 1. Hasil karya peserta pelatihan (Sumber: dokumentasi pribadi.2022)

#### D. KESIMPULAN

Mendong menjadi salah satu lahan penghasilan bagi para petani didesa blayu kecamatan wajak, hal tersebut tidak lepas dari sifat sifat tanaman mendong yang cukup mudah penanaman dan pemeliharaannya. Dan juga kondisi daeran yang cukup sesuai untuk penanaman mendong. Dalam pemasarannya para petani tidak bisa lepas dari peran pemborong mendong, karena dengan adanya pedagang ini membuat para petani dapat mempercepat proses panen dan segera memperoleh hasil jerih payah mereka. Namun disisi lain para pemborong yang akan memaikan harga dipasaran, jika petani ingin menjual mendong mereka para pemborong akan menawarnya dengan harga murah atau sepiantasnya. Jika ditawarkan dengan harga murah tentunya petani akan mengalami defisit yang lebih besar dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sebagai upaya untuk membantu serta memfasilitasi para pelaku usaha kerajinan mendong dalam mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi. Alternatif solusi yang ditawarkan pada para pelaku usaha kerajinan mendong di Desa Blayu adalah dengan melakukan diversifikasi jenis produk yang dihasilkan dari bahan baku mendong, sehingga tidak terbatas hanya untuk menghasilkan produk tali tampar dan tikar saja. Selain itu, memberikan solusi untuk melakukan promosi produk yang akan dijual secara online melalui berbagai aplikasi media sosial agar dapat meningkatkan jangkauan pasar. Pemanfaatan platform atau aplikasi e-commerce.

#### DAFTAR RUJUKAN

- I. Athia dan A. B. Primanto, *Kriya Mendong, Upaya Diversifikasi Produk Potensi Desa, Kreasi Wirausaha Masyarakat Desa Blayu*, JAST, vol. 4, no. 2, hlm. 106–115, Jan 2021, doi: 10.33366/jast.v4i2.1807.
- L. Sa'diya, "Strategi Promosi di Media Sosial Instagram terhadap Kesadaran Merek di Era Generasi Z," *Competence : Journal of Management Studies*, vol. 15, no. 2, hlm. 10, 2021, doi: <https://doi.org/10.21107/kompetensi>.

- M. A. Rezki dan D. R. Hapsari, "Efektivitas Strategi Promosi Produk Kopi Lokal di Rumah Kopi Ranin. Jurnal KMP, vol. 17, no. 1, hlm. 38–54, Feb 2019, doi: 10.29244/jurnalkmp.17.1.38-54.
- M. Wulandari, S. Wahyuni, dan M. Zulianto. *Strategi Diversifikasi Produk pada UMKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan Kecamatan Blimbingsari Kabupaten Banyuwangi*. Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial, vol. 15, no. 1, 2021, doi: 2548-7175.
- S. Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep Strategi*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2018.
- S. Khairani dan R. Pratiwi. *Peningkatan Omset Penjualan melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang*. Caradde, vol. 1, no. 1, hlm. 36–43, Agu 2018, doi: 10.31960/caradde.v1i1.18.