

Pendampingan Pelaku UMKM dalam Memanfaatkan Platform Digital Di Era Society 5.0 untuk Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi di Gampong Lam Duro

Vivi Silvia¹, Syifaan Humaira², Nauzal Aziz³

Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh

*vivisilvia@unsyiah.ac.id*¹

Article Info

Volume 2 Issue 2
June 2024

Article History

Submission: 31-01-2024

Revised: 06-06-2024

Accepted: 20-06-2024

Published: 30-06-2024

Keywords:

MSMEs, digital platforms, Society 5.0, training, economic empowerment

Kata Kunci:

UMKM, platform digital, Society 5.0, pelatihan, pemberdayaan ekonomi



Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

This community service aims to empower MSMEs in Gampong Lam Duro through the use of digital platforms in the Society 5.0 era. The background to this activity is the need for MSME players to adapt to technological developments in order to increase competitiveness and economic prosperity. This program is designed to provide basic education, training, and practical skills related to opportunities and strategies for using digital media. The implementation method involves three main stages: location observation and licensing, participant recruitment, and intensive training that includes pre-test and post-test to measure the effectiveness of the program. The training material includes an introduction to digital platforms, marketing strategies, and online store management. The results of the training showed an increase in participants' understanding by 40%, indicating success in providing knowledge and practical skills. In conclusion, this program is running well, having a positive impact on the ability of MSMEs to utilize digital media to support business development and economic prosperity.

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM di Gampong Lam Duro melalui pemanfaatan platform digital dalam era Society 5.0. Latar belakang kegiatan ini adalah kebutuhan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi guna meningkatkan daya saing dan kesejahteraan ekonomi. Program ini dirancang untuk memberikan pendidikan dasar, pelatihan, dan keterampilan praktis terkait peluang dan strategi penggunaan media digital. Metode pelaksanaan melibatkan tiga tahapan utama: observasi lokasi dan perizinan, rekrutmen peserta, serta pelatihan intensif yang mencakup pre-test dan post-test untuk mengukur efektivitas program. Materi pelatihan meliputi pengenalan platform digital, strategi pemasaran, dan pengelolaan toko online. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta sebesar 40%, menandakan keberhasilan dalam memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan praktis. Kesimpulannya, program ini berjalan dengan baik, memberikan dampak positif terhadap kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital untuk mendukung pengembangan usaha dan kesejahteraan ekonomi

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan berbagai peluang bagi masyarakat, termasuk dalam bidang ekonomi. Saat ini, teknologi informasi bukan lagi sesuatu yang sulit diakses, melainkan telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Teknologi ini terus berkembang dan memberikan berbagai kemudahan, termasuk dalam perdagangan dan pemasaran produk. Perubahan pola perdagangan dari sistem tradisional ke digital marketing menjadi tantangan baru yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM. Namun,

masih banyak pelaku UMKM, khususnya di wilayah pedesaan seperti Gampong Lam Duro, yang belum memahami cara memanfaatkan media digital untuk mendukung usaha mereka.

E-commerce, yang merupakan sinergi antara perdagangan dan teknologi informasi, telah mengalami pertumbuhan pesat. Data dari Kementerian Perdagangan Indonesia (2023) menunjukkan bahwa transaksi e-commerce di Indonesia mencapai Rp500 triliun pada tahun 2022, dengan potensi terus meningkat di tahun-tahun mendatang. Pertumbuhan ini memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar mereka melalui platform digital. Namun, berdasarkan survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2022, sekitar 60% pelaku UMKM di Indonesia masih menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi digital, termasuk keterbatasan pengetahuan dan keterampilan.

Gampong Lam Duro, yang menjadi lokasi pengabdian, adalah salah satu wilayah yang mayoritas penduduknya menggantungkan hidup dari usaha mikro dan kecil. Namun, keterbatasan akses informasi dan kurangnya keterampilan teknologi menjadi hambatan utama bagi para pelaku UMKM di sana untuk memanfaatkan platform digital. Hal ini berdampak pada rendahnya daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Perubahan sistem pemasaran menjadi digital marketing juga menuntut pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi digital di era Society 5.0. Era ini tidak hanya menghadirkan tantangan teknologi, tetapi juga peluang besar untuk mengintegrasikan teknologi cerdas dengan aktivitas ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat. Society 5.0 mengedepankan penggunaan teknologi untuk menciptakan solusi yang berorientasi pada manusia, termasuk dalam pengembangan ekonomi lokal.

Banyak pelaku UMKM yang masih memandang digital marketing sebagai sesuatu yang rumit. Mereka cenderung fokus pada metode pemasaran konvensional yang tidak lagi relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya digital marketing dan cara memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar.

Kajian pustaka menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Studi oleh Susanti dan Kurniawan (2021) mengungkapkan bahwa pelaku UMKM yang mendapatkan pelatihan digital marketing mampu meningkatkan penjualan mereka hingga 30% dalam waktu enam bulan. Selain itu, penelitian dari Rachman dan Setiawan (2022) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran mampu memperluas jaringan pelanggan UMKM hingga ke pasar internasional.

Dalam konteks Gampong Lam Duro, pelatihan digital marketing menjadi sangat relevan karena sebagian besar pelaku UMKM di wilayah ini belum memanfaatkan media digital secara optimal. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendidikan dasar dan pelatihan keterampilan kepada pelaku UMKM, sehingga mereka dapat memahami pentingnya digital marketing dan mampu mengaplikasikannya dalam usaha mereka.

Tahapan kegiatan meliputi observasi awal untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, pelaksanaan pelatihan dengan metode yang interaktif, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test untuk mengukur efektivitas program. Selain itu, program ini juga dirancang untuk memberikan pendampingan intensif kepada peserta dalam mengimplementasikan strategi digital marketing yang telah diajarkan.

Hasil awal dari program ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta hingga 40% setelah pelatihan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mampu memahami konsep dan manfaat digital marketing dengan baik. Selain itu, peserta juga mulai menerapkan strategi digital marketing sederhana, seperti membuat akun bisnis di platform media sosial dan mengunggah produk mereka secara rutin.

Program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM di wilayah lain, khususnya yang memiliki karakteristik serupa dengan Gampong Lam Duro. Selain memberikan manfaat langsung kepada pelaku UMKM, program ini juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal dengan menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Dengan memanfaatkan teknologi digital, pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar global. Hal ini sejalan dengan visi pemerintah Indonesia untuk

menjadikan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Melalui program ini, pelaku UMKM di Gampong Lam Duro diharapkan mampu mengoptimalkan potensi mereka dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui serangkaian tahapan terstruktur yang dirancang untuk memberikan solusi terhadap permasalahan rendahnya pemahaman pelaku UMKM di Gampong Lam Duro mengenai pemanfaatan media digital di era Society 5.0. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini melibatkan pendekatan partisipatif, edukatif, dan evaluatif untuk memastikan dampak nyata bagi para mitra yang terlibat.

Tahap pertama melibatkan kegiatan observasi langsung di Gampong Lam Duro, Kecamatan Darussalam, Aceh Besar. Tim pengabdian melakukan survei untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM setempat. Observasi ini dilakukan melalui wawancara dan diskusi informal dengan pemerintah gampong, kelompok pelaku UMKM, serta masyarakat sekitar untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai kebutuhan dan tantangan yang dihadapi.

Berdasarkan hasil observasi, peserta pelatihan direkrut melalui koordinasi dengan perangkat pemerintah Gampong Lam Duro. Setiap UMKM yang ada di wilayah tersebut diminta mengirimkan dua perwakilan untuk mengikuti pelatihan, dengan total peserta mencapai 25 orang. Proses rekrutmen ini bertujuan untuk memastikan keterwakilan dari berbagai jenis usaha mikro yang ada di desa tersebut.

Materi pelatihan disusun secara sistematis dengan fokus pada pemanfaatan media digital untuk pemasaran produk UMKM di era Society 5.0. Materi ini mencakup lima komponen utama:

- a) Pengenalan konsep Society 5.0 dan relevansinya bagi UMKM.
- b) Peluang UMKM dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran.
- c) Langkah-langkah praktis menggunakan platform media sosial sebagai sarana pemasaran.
- d) Simulasi strategi pemasaran digital yang efektif.
- e) Evaluasi pemahaman peserta melalui pre-test dan post-test.

Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka di Musala Gampong Lam Duro pada tanggal 1 November 2022. Kegiatan berlangsung selama 1 hari dengan durasi 1,5 jam, mulai pukul 16:00 hingga 17:30. Setiap sesi pelatihan diawali dengan penjelasan teori, diikuti dengan diskusi interaktif, dan dilengkapi dengan simulasi strategi pemasaran digital. Metode ini dirancang untuk memastikan peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu menerapkannya dalam praktik usaha mereka.



Gambar 1. Diagram alir pelaksanaan pelatihan

Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur tingkat pemahaman peserta sebelum dan setelah pelatihan. Pre-test diberikan pada awal sesi untuk mengetahui pengetahuan dasar peserta tentang pemasaran digital, sedangkan post-test dilakukan di akhir sesi untuk mengevaluasi sejauh mana pemahaman peserta meningkat. Hasil evaluasi ini menjadi indikator keberhasilan pelatihan sekaligus dasar untuk perbaikan program di masa mendatang.

Setelah pelatihan selesai, tim pengabdian memberikan pendampingan intensif kepada para peserta. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu mereka mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang telah diajarkan. Peserta diberikan panduan langkah-langkah praktis, serta bimbingan dalam pembuatan konten promosi untuk media sosial.

Tahap terakhir adalah monitoring dan pelaporan hasil kegiatan. Tim pengabdian melakukan kunjungan berkala untuk memantau perkembangan UMKM peserta pelatihan. Data yang diperoleh dari monitoring ini kemudian dianalisis dan disusun dalam bentuk laporan yang

mencakup dampak kegiatan terhadap peningkatan pemahaman dan kinerja pemasaran digital peserta.

Dengan tahapan-tahapan ini, program pengabdian masyarakat diharapkan dapat memberikan solusi yang efektif dan berkelanjutan bagi pelaku UMKM di Gampong Lam Duro, serta menjadi model yang dapat diterapkan di wilayah lain dengan tantangan serupa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan tentang peluang UMKM dalam memanfaatkan media digital di era Society 5.0 berhasil menarik minat masyarakat Gampong Lam Duro, khususnya para pelaku UMKM. Hasil dari pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Peserta yang semula memiliki tingkat pemahaman rendah terhadap konsep digitalisasi, setelah pelatihan mampu memahami cara memanfaatkan media sosial dan platform marketplace untuk memperluas pasar mereka. Hal ini sejalan dengan teori pembelajaran aktif yang menekankan bahwa partisipasi langsung peserta meningkatkan hasil pembelajaran (Kolb, 1984).

Salah satu hasil utama pelatihan adalah peningkatan literasi digital peserta. Sebelumnya, sebagian besar pelaku UMKM hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut yang kurang efektif. Setelah pelatihan, para peserta mulai menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk memasarkan produk mereka. Literasi digital ini penting karena mempermudah UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas, sebagaimana dijelaskan oleh Purnomo (2019), yang menyebutkan bahwa media digital dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran.



Gambar 2. Kegiatan penyampaian materi

Meskipun pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan peserta, kendala seperti keterbatasan akses internet, kurangnya perangkat teknologi, dan rendahnya kepercayaan diri masih menjadi tantangan utama. Sebagian peserta masih membutuhkan pendampingan lanjutan untuk memastikan implementasi strategi digitalisasi yang optimal. Hal ini sesuai dengan temuan Arianto (2020) bahwa transformasi digital di sektor UMKM membutuhkan dukungan infrastruktur dan peningkatan kapasitas pelaku usaha.

Penerapan strategi digitalisasi UMKM mulai memberikan dampak sosial positif di Gampong Lam Duro. Para pelaku UMKM yang menggunakan media sosial sebagai sarana promosi mulai mendapatkan pelanggan baru, baik dari dalam maupun luar daerah. Dampak ini memperkuat teori bahwa digitalisasi dapat meningkatkan inklusi ekonomi dan memberdayakan masyarakat lokal (UNDP, 2021).

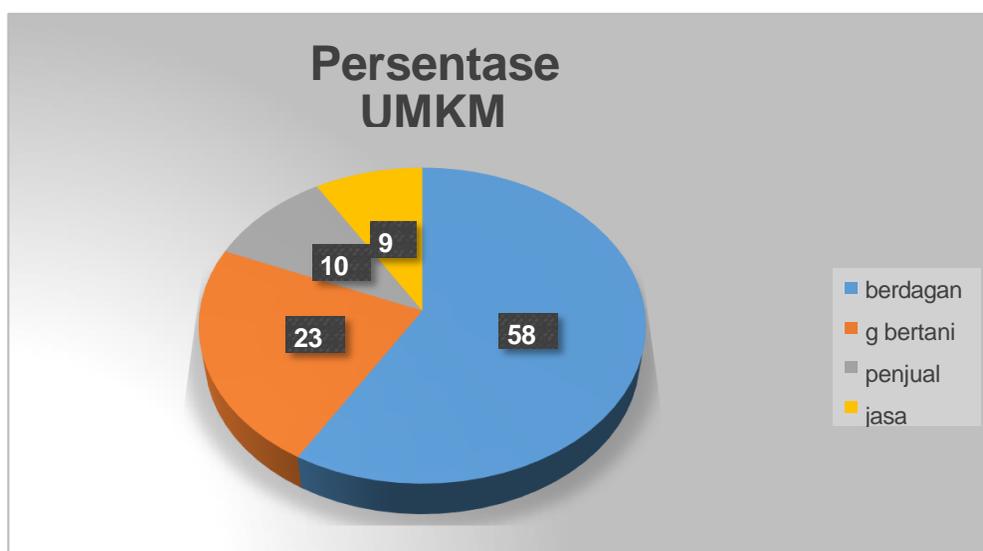
Hasil pelatihan ini sejalan dengan program pengembangan UMKM digital yang diluncurkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), yang menekankan pentingnya pelatihan dan pendampingan bagi pelaku usaha. Studi oleh Vivi Silvia et al. juga menunjukkan bahwa literasi digital berkontribusi signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Pelatihan ini berhasil mengubah pola pikir pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi. Sebelum pelatihan, banyak peserta beranggapan bahwa promosi digital terlalu rumit dan tidak

relevan dengan usaha mereka. Setelah pelatihan, mereka mulai melihat peluang besar yang ditawarkan oleh media digital, seperti akses pasar yang lebih luas dan pengurangan biaya promosi.

Generasi milenial dan Gen Z di Gampong Lam Duro mulai dilibatkan dalam kegiatan UMKM digital melalui strategi reseller dan kolaborasi dengan influencer lokal. Generasi muda ini memiliki peran penting dalam membantu pelaku UMKM beradaptasi dengan teknologi digital, sebagaimana dijelaskan oleh Arianto (2020), yang menekankan pentingnya sinergi antara UMKM dan warganet.

Selain peningkatan literasi digital, pelatihan ini juga membantu peserta memahami pentingnya kualitas dan kapasitas produksi. Beberapa pelaku UMKM mulai mengembangkan produk mereka dengan lebih kreatif dan inovatif untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin luas. Hal ini mendukung teori bahwa digitalisasi tidak hanya memengaruhi pemasaran, tetapi juga proses produksi dan inovasi (Kotler & Keller, 2016).



Gambar 3. Presentase UMKM di Lam Duro.

Pelatihan ini menyoroti pentingnya peran pemerintah dalam mendukung pengembangan UMKM. Kemudahan perizinan dan akses pembiayaan menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku UMKM di Lam Duro. Program pemerintah seperti KUR (Kredit Usaha Rakyat) dan pendampingan digital menjadi solusi potensial untuk mengatasi kendala tersebut.

Hasil pelatihan menunjukkan potensi besar UMKM dalam menciptakan lapangan kerja baru di Gampong Lam Duro. Dengan digitalisasi, UMKM mampu memperluas operasional mereka dan membutuhkan lebih banyak tenaga kerja untuk mendukung proses produksi dan distribusi. Ini sejalan dengan temuan Purnomo (2019), yang menunjukkan bahwa pengembangan UMKM dapat menjadi solusi efektif untuk mengurangi pengangguran.

Keberhasilan program ini membuka peluang untuk mereplikasi kegiatan serupa di gampong-gampong lain di Kecamatan Darussalam dan wilayah Aceh Besar. Dengan pendekatan yang sama, program pelatihan digitalisasi UMKM dapat mempercepat transformasi ekonomi berbasis digital di tingkat lokal.

Secara keseluruhan, pelatihan ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM dapat menjadi solusi strategis untuk meningkatkan daya saing dan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah perlu memperkuat sinergi dengan akademisi, komunitas, dan pelaku usaha untuk mendukung keberlanjutan program ini. Dengan implementasi yang baik, digitalisasi UMKM dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

4. KESIMPULAN

Kegiatan KKN MBKM di Desa Lam Duro Universitas Syiah Kuala tahun 2022 diselenggarakan dari tanggal 8 Agustus sampai dengan 18 September di Desa Lam Duro. Kegiatan ini dilaksanakan selama 1 bulan dan harus memenuhi 90 jam dalam melaksanakan kkn mbkm oleh kelompok kkn mbkm desa lam duro sukses dilaksanakan tanpa kendala yang berarti.

Hal ini disebabkan oleh hubungan kerja sama yang baik antar anggota mahasiswa kkn di desa tersebut. Aparatur desa dan masyarakat juga sangat antusias dalam membantu pelaksanaan kegiatan yang bertujuan untuk membangun desa yang lebih mandiri. Program yang kami laksanakan di Desa Lam Duro adalah program di tingkat masyarakat yang mempunyai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam rangka mendata dan bersosialisasi untuk meningkatkan kualitas produk para UMKM di Desa Lam Duro.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada lembaga penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Syiah Kuala atas pembiayaan KKN tahun 2022 dan seluruh warga Gampong Lam Duro Kecamatan Darussalam, Aceh Besar yang telah memberi dukungan penuh atas keberlangsungan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B., & Rani, R. (2024). Penguatan Bisnis Digital Berbasis Ekonomi Hijau bagi Pengembangan UMKM Desa Suka Indah Kabupaten Serang. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 442–449. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i3.1622>
- Agustina, V. K., Sholikin, W., Artamevia, W., Nufus, W. F. K., Hidayah, W. R., Lestari, E. D., ... Subandono, A. (2024). Pendampingan Pemanfaatan Company Profile UKM Baso Aci Wocil Berbasis Website Sebagai Digital Marketing. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 296–302. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.768>
- Cahyani, D., Firmansyah, D. D., Oktaviani, D., Sesilia, D. A., & Pratama, R. H. (2024). Optimalisasi Pemasaran Digital dan Keterampilan Kreatif bagi UMKM Toko Buket bunga untuk Meningkatkan Kualitas dan Penjualan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 709–714. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i4.1851>
- Halim, Abdul. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten mamuju. *Growth: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*. Volume 1, No. 2, 2020. Available: <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP>
- Istiqomah, N. H., Supriyanto, S., & Cahyati, Y. (2024). Peningkatan Kapasitas Wirausaha melalui Pelatihan Digital Marketing di Desa Glondonggede Tambakboyo, Tuban . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 309–314. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1257>
- Rizal, NY. (2021). Pandemi covid-19 mengakibatkan melemahnya usaha mikro, kecil, dan menengah di Wilayah kejeran, kota surabaya. *Jurnal Inovasi Penelitian*. Vol.1 No.8 Januari 2021 <https://doi.org/10.47492/jip.v1i8.279>
- Sumadi. (2020). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah berbasis manajemen organisasi di Karang anom klaten. *Jurnal Budimas*. Vol 02, No 02, 2020. <http://dx.doi.org/10.29040/budimas.v2i2.1441>
- Niode, I Y. (2009). Sekto R Umkm Di Indone Sia: Profil , Masalah, Dan Strategi Pemberdaya an . *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Oikos-Nom Os* . Volume 2, Nomor 1/ Januari 2009.
- Nugroho, A., Wulandari, N. T., Wahid, A. A., Sa'diyah, N. M. S., & Fitriana, F. (2024). Mengintegrasikan Prinsip Syariah dalam Bisnis Digital: Pelatihan dan Pengembangan Mahasiswa Membangun Bisnis Digital yang Berkelanjutan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 282–288. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1466>
- Sartiyah, Suriani, Chenny Seftarita, Taufiq C Dawood, Vivi Silvia. (2022). Pelatihan Penyusunan Profil Gampong dalam Peningkatan Perencanaan Pembangunan Gampong Lamduroe. *Jurnal Pengabdian Aceh*, Volume 2, Nomor 1, Maret 2022, halaman 49–55.
- Suprayitno, N. F., & Rachmat, Z. (2023). Pelatihan Start Up KEDIP dan Up Skill Scale Program Dalam upaya Upgrading UMKM Desa Beralih ke Digital . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 207–212. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.562>
- Suyanti, E., Suciati, E. W., Sahna, E. N., Fitriani, E., & Sukma, Y. N. (2024). Pendampingan Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Callalily Artisan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 183–189. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i1.846>
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.
- Zahro', A. F., Rahmawati, A. S., Wulandari, A., Akbar, A. R., Al-Akhsan, A. G., Mahfudhotin, M., ... Efendi, R. (2024). Pendampingan Mengintegrasikan ShopeePay sebagai Metode Pembayaran Untuk Meningkatkan Efisiensi Transaksi Pada Starra Kitchen. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 289–295. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.712>