

JMM - PELATIHAN PENGUNAAN APLIKASI SHOPEE UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERBISNIS SECARA ONLINE

by Ana Noor Andriana

Submission date: 20-Feb-2022 12:27AM (UTC+0700)

Submission ID: 1766180049

File name: JURNAL_UMMAT_DES_2021.docx (1.03M)

Word count: 2653

Character count: 17407

PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERBISNIS SECARA ONLINE

Ana Noor Andriana¹, Adietya Arie H.², Zharifa Aisha³, Alifia Nurul Kusuma⁴,
Adinda El Maura⁵

^{1,2,3,4,5}Administrasi Bisnis, Universitas Mulawarman, Indonesia
noorandriana@fisip.unmul.ac.id, adietyaarie@fisip.unmul.ac.id, zharifaisha19@gmail.com,
alifia.kusumaa@gmail.com, adindaelmr@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Perkembangan teknologi menjadikan banyaknya orang berlomba-lomba membuat karya berbasis teknologi. Seiring berkembangnya waktu dan inovasi, mulai bermunculan aplikasi yang dirancang khusus untuk kegiatan jual beli yaitu *E-Commerce*, yang membuat kegiatan jual beli ini menjadi praktis, tidak harus bertemu antara penjual dan pembeli. Salah satunya yaitu aplikasi Shopee yang memudahkan proses jual beli tanpa harus bertemu langsung. Namun tidak semua mahasiswa dan masyarakat mampu menggunakannya oleh karena itu perlu dilakukan pelatihan penggunaan aplikasi Shopee untuk meningkatkan minat bisnis *online*. Tujuan dari kegiatan ini adalah terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat dan menambah wawasan mahasiswa serta masyarakat dalam penggunaan aplikasi Shopee dan berdampak pada peningkatan minat bisnis *online*. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan sosialisasi dan pelatihan melalui webinar. Jumlah peserta kegiatan ini sebanyak 20 orang yang terdiri dari mahasiswa dan masyarakat umum. Hasil yang dicapai yaitu sebagian besar peserta antusias dan ingin mencoba menggunakannya untuk memulai berbisnis secara *online*.

Kata Kunci: *e commerce; minat bisnis; online*

Abstract: Technological developments make many people compete to create technology-based works. Along with the development of time and innovation, applications that are designed specifically for buying and selling activities, namely *E-Commerce*, have started to appear, which makes buying and selling activities practical, not having to meet between sellers and buyers. One of them is the Shopee application which facilitates the buying and selling process without having to meet in person. However, not all students and the public are able to use it, therefore it is necessary to conduct training on the use of the Shopee application to increase interest in online business. The purpose of this activity is to carry out community service programs and add insight to students and the community in using the Shopee application and have an impact on increasing interest in online business. The method of implementing the activities is carried out through socialization and training through webinars. The number of participants in this activity was 20 people consisting of students and the general public. The results achieved are that most of the participants are enthusiastic and want to try using it to start an online business.

Keywords: *e commerce; business interest; online*



Article History:

Received: DD-MM-20XX
Revised : DD-MM-20XX
Accepted: DD-MM-20XX
Online : DD-MM-20XX



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Di masa pandemi ini, para pengusaha dipaksa untuk beralih ke dunia digital/internet dalam memasarkan produknya. Salah satunya, dengan memanfaatkan *e-commerce*. *E-commerce* memungkinkan penjual untuk memasarkan barang-barang mereka dengan cepat, efektif, dan tanpa biaya. Kemudahan-kemudahan dalam mencari informasi produk hingga bertransaksi dari penjual kepada pembeli dapat diperoleh melalui *e-commerce*.

Melalui kemudahan yang dapat ditemukan pada fitur-fitur *e-commerce* serta dampak positif yang dapat mendukung perkembangan usaha, seharusnya dapat dilirik oleh calon-calon wirausaha dalam memulai usaha, namun tidak semuanya mampu menggunakan *e-commerce* khususnya Shopee. Terdapat beberapa alasan yang membuat mahasiswa atau masyarakat belum tertarik untuk membuat usaha *online* salah satunya adalah kurangnya pemahaman dalam membuat dan mengelola akun Shopee, sehingga perlu dilakukan pengabdian kepada masyarakat dengan judul pelatihan penggunaan aplikasi Shopee guna meningkatkan minat berbisnis secara *online*.

Para pelaku usaha atau UKM yang memiliki kendala dan hambatan dengan tidak adanya informasi tentang pemasaran digital dapat mengikuti pelatihan dan persiapan pemanfaatan teknologi digital untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya. Perkembangan era digital yang terjadi dengan pesat saat ini memang tidak dapat dihindari dan harus dipergunakan semaksimal mungkin, pelaku usaha harus memiliki opsi untuk menggunakan internet dan teknologi sebagai peluang karena memungkinkan meningkatkan pemasaran produk mereka secara *online* (Ramadhanty et al., 2021).

Hasil penelitian dan pengabdian terdahulu yang mendukung pentingnya penggunaan Shopee untuk meningkatkan minat berbisnis secara *online* yaitu : data digital tahun 2020 memperlihatkan bahwaterdapat 8 dari 10 pengguna internet saat itu melakukan pembelian produk ataupun jasa secara *online* melalui perangkat *mobile*. Dan sebanyak 93% pengguna perangkat *mobile* sudah memahami cara mencari informasi dari produk melalui sambungan internet dan selanjutnya melakukan pembelian secara *online* menurut Ramadhan dalam (Samsiana et al., 2020).

⁸ Begitu pula dengan pernyataan berikut: UKM memiliki peran penting dalam pergerakan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pengembangan keuangan dan membuka pintu kerja, UKM juga berperan dalam penyebaran hasil perbaikan dan pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dengan harapan mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimal (Gani & Faroque, 2020).

Pemanfaatan teknologi internet saat ini merupakan salah satu solusi untuk meningkatkan perkembangan pasar UMKM dengan bantuan yang diberikan oleh kelompok bisnis dan pelaku usaha yang menyoroti bidang sosial. Sehingga diperlukan suatu tempat untuk menampung hasil UMKM berupa produk-produk, peningkatan pemasaran yang dapat meningkatkan perputaran dan perkembangan industri UMKM dalam negeri. (Fitriyana et al., 2021).

Terdapat 5 (lima) unsur dari media sosial, yaitu: adanya pengguna, jaringan, informasi/konten, teknologi, dan interaksi antar pengguna. Kelima unsur ini mendukung berjalannya penggunaan media sosial (Maria Nila Anggia & Muhammad Rifki Shihab, 2019).

Wirausahawan merupakan orang yang berupaya menciptakan dan menghasilkan suatu bisnis serta berkomitmen untuk mampu menerima resiko atau perihal ketidakastian hasil yang kemungkinan akan dihadapi demi memperoleh keuntungan, hal ini dilakukan berdasarkan dengan mengidentifikasi adanya peluang dan juga kesempatan yang ada yang diambil untuk menjalankan usahanya (Andriana & Fourqoniah, 2020).

Menurut Wardhana dalam (Mansir & Purnomo, 2021) Pemasaran Digital memiliki pengaruh yang besar hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produk yang dihasilkan.

3 Menurut (Hadi & Zakiah, 2021) Pemanfaatan pemasaran digital memberikan harapan baru bagi UMKM untuk bertahan ditengah pandemi dan berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi karena era digital memang tidak dapat dihindari.

Menurut (Wiediawati, 2019) pengembangan media promosi berbasis online dengan menggandeng layanan pembelian berbasis aplikasi. Jual-beli yang dilakukan secara online merupakan salah satu bentuk integrasi teknologi dalam kehidupan ekonomi manusia. Pembeli dan Penjual tidak harus melakukan transaksi di dunia nyata melainkan melalui komunikasi virtual dan sistem pembayaran dengan transfer. Pengguna *e-commerce* (jual beli online) meningkat pada Tahun 2018 dengan jumlah pengguna mencapai lebih dari 92 juta. Salah satu hal yang erat kaitannya dengan *e-commerce* adalah *Digital Marketing Strategy* (DMS).

Penggunaan marketplace sebagai sarana pemasaran online memiliki beberapa keuntungan bagi penjual diantaranya fleksibilitas waktu, tidak terdapat biaya operasional, tidak memerlukan promosi karena *platform marketplace* telah terdapat strategi promosi tersendiri, tidak membutuhkan biaya sewa, pengguna hanya perlu mendaftarkan toko online untuk berjualan, meningkatkan pelayanan dan promo, dan sebagainya (Desiani et al., 2021).

Menurut Zafar dalam (Sentoso, 2021) pemasaran secara online dapat meningkatkan penjualan dengan membuat konten dan dapat

memudahkan cara interaksi antara penjual dan pelanggan dengan jarak jauh, dapat dilakukan dengan mudah dan juga cepat.

Hingga saat ini dengan meningkatnya penggunaan aplikasi berbelanja online yang ada, aplikasi Shopee menjadi salah satu aplikasi yang baru hadir di Indonesia, sebelumnya sudah banyak aplikasi yang serupa namun shopee hadir dengan memiliki lebih banyak fitur dan transaksi elektronik yang aman untuk digunakan oleh konsumen dalam bertransaksi. Shopee memberikan layanan elektronik yang merupakan sebuah sistem dengan terintegrasi dan aman sehingga konsumennya akan memiliki kepercayaan dan ini menjadi penting agar konsumen terhindar dari risiko yang tinggi dalam bertransaksi secara online (Nilasari, 2019).

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan dalam menggunakan aplikasi Shopee guna mendukung peningkatan berbisnis secara online baik kepada mahasiswa dan juga masyarakat umum. Bertambahnya pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan jumlah UMKM dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode sosialisasi dan pemberian pelatihan yang dilaksanakan melalui webinar dengan menggunakan media Zoom, webinar dilakukan berdasarkan pertimbangan dan upaya meminimalisir penyebaran virus Covid-19. Pelaksanaan kegiatan dilakukan oleh Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman yang terdiri dari panitia sebanyak tiga (3) orang dan dua (2) orang Dosen Pembimbing.

Kegiatan ini berisi pemberian materi Digital Marketing dan Penggunaan Aplikasi Shopee untuk pebisnis pemula, Penyampaian Materi disampaikan Oleh Annisa Nurul Tamara selaku Owner dari Madeena.id dan sekaligus sebagai mahasiswa yang berprestasi dibidang Bisnis di Program Studi Administrasi Bisnis. Terdapat pula sesi tanya jawab dan diskusi yang dipandu oleh Moderator kegiatan Webinar.

Pada Sesi Akhir yaitu praktik pendaftaran akun Shopee kemudian dilanjutkan dengan percobaan mengunggah foto produk dan menulis deskripsi produk sehingga akun Shopee siap untuk digunakan dalam memulai bisnis online. Peserta yang terlibat adalah mahasiswa dan masyarakat umum sejumlah dua puluh (20) orang yang berminat untuk memulai bisnis secara online tersebar di Kalimantan Timur.

Langkah - langkah pelaksanaan pada kegiatan ini yaitu :

1. Pra Kegiatan :

Kegiatan dimulai dengan melakukan persiapan diskusi dengan pemateri, pembuatan dan penyebaran Flyer untuk dengan

tema pelatihan penggunaan aplikasi Shopee dan menyebarkannya melalui media sosial Instagram. Pembuatan formulir Google untuk menjaring peserta dan pembuatan E-Sertifikat untuk peserta yang mengikuti kegiatan hingga tuntas dan membuat Grup WA agar memudahkan pemberian informasi terkait kegiatan pelatihan.

2. Kegiatan :

Kegiatan pelatihan penggunaan aplikasi Shopee ini dilaksanakan dengan menggunakan metode sosialisasi dan pelatihan melalui Webinar dan praktik atau bimbingan teknis. Guna mendukung upaya pencegahan penyebaran virus Covid-19 pelaksanaan kegiatan ini tetap dapat berjalan optimal walaupun dengan menggunakan sistem dalam jaringan. Kegiatan ini dilaksanakan kurang lebih dalam waktu 2 jam dan pada hari sabtu tanggal 29 Mei 2021.

3. Monitoring dan Evaluasi :

Monitoring dan evaluasi dilaksanakan setelah pelatihan selesai, dengan memberikan pertanyaan berupa wawancara. Pada sesi monitoring ini peserta diminta untuk menyampaikan kembali apabila terdapat kesulitan dalam pendaftaran dan pengelolaan akun Shopee yang telah dibuat saat pelatihan guna mengukur pemahaman peserta. Selanjutnya tim panitia akan mereview hasil evaluasi sebagai bahan evaluasi untuk kegiatan yang akan diadakan pada lain kesempatan mendatang.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

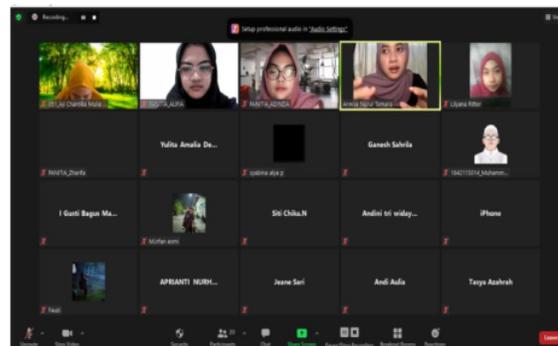
1. Pra Kegiatan

Pada tahap ini para panitia melakukan persiapan. Diawali dengan pembuatan rundown acara agar waktu acara tertata rapi sesuai urutannya, menghubungi pemateri (Annisa Nurul Tamara) untuk merundingkan materi yang akan dijelaskan dan jadwal webinar, membuat *link* jadwal Zoom Meeting, membuat *link* pendaftaran dan *link* presensi untuk mencatat seberapa banyak peserta yang mendaftar dan hadir pada acara, membuat E-Sertifikat, membuat Flyer Webinar untuk disebar dan membuat Whatsapp Group peserta dan panitia untuk memberikan informasi lanjutan kepada para peserta dan panitia webinar. Berikut adalah Flyer dari kegiatan webinar pelatihan penggunaan aplikasi Shopee untuk meningkatkan minat bisnis online di Samarinda :



Gambar 1. Flyer Kegiatan Pelatihan Penggunaan Aplikasi Shopee

2. Kegiatan Pelatihan Penggunaan aplikasi Shopee



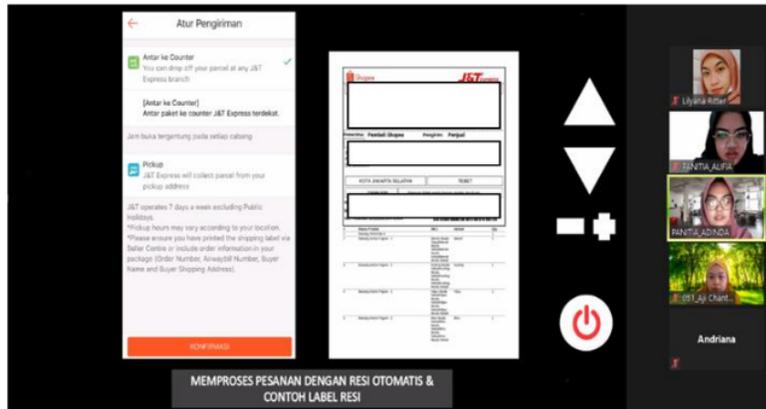
Gambar 2. Penggunaan aplikasi Shopee

Berdasarkan pengamatan selama berlangsungnya acara, banyak peserta yang mendengarkan saat pemateri menjelaskan materi dan berbagi pengalaman selama berwirausaha. Peserta dijelaskan adanya kemudahan – kemudahan saat menggunakan aplikasi Shopee dalam bisnis online.

Selanjutnya terdapat fitur-fitur yang dijelaskan secara singkat terkait fungsinya dalam menunjang kelancaran bisnis online.

Saat ini para pelaku dan pengelola usaha diharuskan sigap dalam mempersiapkan segala strategi-strategi bisnis dalam menghadapi perkembangan yang terjadi seperti saat ini, salah satu upaya yang perlu dilaksanakan yaitu melalui pemberian penawaran produk dengan memanfaatkan *e-commerce*. Dengan mengikuti perkembangan teknologi yang ada pada saat ini produk akan yang ditawarkan kepada konsumen

tidak kalah saing dengan produk dari luar (Latifah et al., 2020).
Sesi Tanya Jawab dan Praktik Pendaftaran Akun Shopee



Gambar 3. Praktik Pendaftaran Akun Shopee

Disini peserta dijelaskan mengenai langkah-langkah untuk mendaftarkan akun di aplikasi Shopee, melengkapi profil, meng-*upload* produk, mendaftarkan program gratis ongkos kirim dan mencetak resi secara otomatis. Berdasarkan pelatihan tersebut peserta dapat lebih memahami detail penggunaan aplikasi Shopee secara lebih runtut sehingga peserta dapat memulai dengan akun Shopee miliknya untuk dicoba sebagian fiturnya.

3. Monitoring dan Evaluasi

Ketika sesi tanya jawab dibuka, antusiasme peserta sangat besar, banyak yang bertanya melalui kolom chat mengenai seputar strategi promosi, cara bertahan berwirausaha di saat pandemi ini, cara memantapkan niat untuk berjualan online dalam situasi apapun. Dan manfaat menggunakan aplikasi Shopee untuk pebisnis pemula, tentunya hal ini sesuai dengan pernyataan dari hasil dan penelitian terdahulu. Aplikasi Shopee merupakan salah satu marketplace yang memanfaatkan peluang bisnis dengan memaksimalkan segmen mobile marketplace oleh karenanya hal ini dapat mempermudah proses transaksi jual beli (Sulistiyawati & Widayani, 2020).

Setelah pemaparan dari pemateri, banyak pengalaman dalam berbisnis yang telah ditemui mulai dari penjualan sedikit hingga besar hingga mencakup pasar nasional. Berdasarkan hal tersebut, pemateri memberikan gambaran untuk memulai berbisnis online mulai dari yang kecil terlebih dahulu, harapannya dengan tekun dan mampu melihat peluang bisnis maka seorang pebisnis dapat terus tumbuh dan berkembang dalam melebarkan usahanya. Hasil akhirnya adalah sebagian besar peserta antusias ingin mencoba menggunakannya untuk

belajar dan memulai berbisnis online. Setelah acara berakhir, panitia mengadakan pengumuman *doorprize* bagi 4 pemenang yang beruntung.

4. Kendala Yang Dihadapi

Masih terdapat peserta yang malu dan enggan untuk menyampaikan permasalahan secara detail saat tanya jawab berlangsung, kendala lainnya yaitu terkait koneksi jaringan internet yang sempat terputus atau *down* dikarenakan kondisi jaringan yang tidak stabil.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan yang dilakukan secara daring ini bertujuan untuk menambah ilmu dan pengetahuan kepada peserta agar peserta dapat menggunakan aplikasi Shopee beserta fitur-fiturnya untuk mengembangkan usaha yang mereka miliki atau bagi yang ingin memulai usaha berbasis online. Walaupun dilaksanakan secara daring dan ada beberapa kendala saat dijalankannya pelatihan, antusiasme peserta sangat besar. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diberi kepada pemateri. Tips dan trik yang diberikan oleh pemateri kepada para peserta juga dapat menambah informasi seputar kegiatan jual beli di Shopee yang dapat diterapkan di bisnis mereka ke depannya. Dari hasil evaluasi yang dilaksanakan sebanyak 70% peserta dapat memahami isi materi pelatihan yang disampaikan.

Saran yang dapat diberikan adalah dapat membuat pelatihan khusus untuk penggunaan aplikasi *market place* yang lain sehingga memudahkan mahasiswa dan masyarakat ketika ingin mengembangkan media pemasaran melalui banyak saluran *market place*. Melalui hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan wawasan terkait strategi digital marketing untuk usaha yang dikelola agar semakin bertumbuh kedepannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pelatihan penggunaan *market place* Shopee guna meningkatkan minat berbisnis secara *online* ini terlaksana berkat dukungan dari Program Studi Administrasi⁹ Bisnis, Dosen Pembimbing, Panitia, Narasumber dan Peserta kegiatan yang telah memberikan akses, semangat dan motivasi sehingga kegiatan dapat berjalan lancar dan maksimal.

DAFTAR RUJUKAN

- Andriana, A. N., & Fourqoniah, F. (2020). Pengembangan Jiwa Entrepreneur Dalam Meningkatkan Jumlah Wirausaha Muda. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 4(1), 43.
- Desiani, A., Irmeilyana, I., Putri, A. I., Yuniar, E., Calista, N. A., Makhalli, S., & Amran, A. (2021). Pemanfaatan marketplace shopee sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran kain songket. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(2), 209.

- Fitriyana, F., Nuryani, A., Rosyati, T., & Gusvia, Y. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19. *Dedikasi Pkm*, 2(2), 206.
- Wibowo, J., & Santoso, R. (2020). Pembuatan Digital Marketing dan Marketing Channel untuk UKM PJ Collection. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(01), 82-91.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi_Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), 32-41.
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82.
- Mansir, F., & Purnomo, H. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid -19 di UMKM Panggunharjo Sewon Bantul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 39-50.
- Maria Nila Anggia, & Muhammad Rifki Shihab. (2019). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159-170.
- Nilasari, R. (2019). Pengaruh Trust Dan E-Service Terhadap Repurchase Intention Bagi Pengguna Aplikasi Shopee. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(2), 755.
- Ramadhanty, C. A., Nadya, D. R., Mustaqimah, Z., & Yosintha, R. (2021). Strategi Digital Marketing UKM Terdampak Covid-19 di Kelurahan Sidorejo Temanggung. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 31-42.
- Samsiana, S., Herlawati, Nidaul Khasanah, F., Trias Handayanto, R., Setyowati Srie Gunarti, A., Irwan Raharja, Maimunah, & Benrahman. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51-62.
- Sentoso, A. (2021). Penerapan Strategi Promotion Mix dan Digital Marketing pada UMKM Kaleea . *id.* 1(1), 2304-2311.
- Silalahi, U. (2015). Metode Penelitian Sosial Kuantitatif. *Journal of Visual Languages & Computing*, 11(3), 287-301.
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1),
- Wiediawati, A. M. (2019). Pelatihan Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 147-157.

JMM - PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERBISNIS SECARA ONLINE

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	2%
2	riset.unisma.ac.id Internet Source	2%
3	123dok.com Internet Source	2%
4	Submitted to Universitas Muhammadiyah Magelang Student Paper	2%
5	Submitted to Badan PPSDM Kesehatan Kementerian Kesehatan Student Paper	1%
6	repository.ubharajaya.ac.id Internet Source	1%
7	www.researchgate.net Internet Source	1%
8	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	1%

9

ejurnal.unisri.ac.id

Internet Source

1 %

10

elib.untag-banyuwangi.ac.id

Internet Source

1 %

11

journal.unilak.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On