

Peran Pendidikan Pancasila dalam Meningkatkan Etika dan Moralitas di Era *E-commerce* di Indonesia

Mas Fierna Janvierna Lusie Putri^{1*}, Sri Handayani², Atik Andrian³, Sofia Anggraini⁴

¹Universitas Pamulang, Indonesia

²³⁴Politeknik Digital Boash Indonesia, Indonesia

Abstrak—E-commerce atau penjualan online adalah transaksi yang dilakukan secara online, dengan menggunakan platform seperti situs web yang terhubung ke internet. Penjualan online tidak hanya berhenti sampai disitu saja. Pemasaran dan promosi juga termasuk di dalamnya. Ketika pemasaran dan promosi online dilakukan dengan baik, maka akan mendapatkan penjualan online yang baik. E-commerce di Indonesia meningkat tajam pasca pandemi. Di awal tahun 2020, transaksi bisnis online meningkat sekitar 33% dengan nilai yang fantastis. Nilai dari 253 triliun rupiah dengan cepat meningkat menjadi 337 triliun rupiah. Penelitian ini mengambil judul peran pendidikan Pancasila dalam persaingan perdagangan di bidang e-commerce (online). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran pendidikan pancasilaterutama nilai kejujuran dalam menghadapi persaingan penjualan dan menghadapi masalah dalam bisnis online, serta mengetahui apa saja jenis-jenis e-commerce. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka dan teknik pengumpulan data mengambil sumber dari jurnal e-book dan media internet. Peran Pancasila dalam menghadapi permasalahan penjualan e-commerce digital sangat penting yaitu nilai kejujuran, harus menjadi nilai yang di implementasikan ketika mengambil keputusan untuk menjual produknya dengan nilai kejujuran, untuk menjaga kenyamanan dan ketertiban dalam e-commerce serta menghindari dan meminimalisir terjadinya kasus-kasus yang merugikan orang lain.

Kata kunci:

Peran Pendidikan Pancasila,
Persaingan perdagangan,
E-Commerce.

Histori:

Dikirim: 23 Juni 2024
Direvisi: 31 Juli 2024
Diterima: 31 Juli 2024
Online: 7 Agustus 2024

©2024 JCV



Author(s) agree that this article remains permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Identitas Artikel:

Putri, Mas, Fierna, Janvierna, Lusie., Handayani, Sri., Putri, Atik, Andrian, Lusie., & Anggraini, Sofia. (2024). Peran Pendidikan Pancasila dalam Meningkatkan Etika dan Moralitas di Era *E-commerce* di Indonesia. *Jurnal Citizenship Virtues*, 4(2), 742-749.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia perdagangan. E-commerce telah menjadi salah satu pilar utama ekonomi global. Namun, perkembangan ini juga

^{1*}Corresponding author.

E-mail: dosen02649@unpam.ac.id

menimbulkan tantangan etis dan moral yang perlu diatasi. Dalam konteks Indonesia, pendidikan Pancasila memiliki peran penting dalam membentuk karakter bangsa. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pendidikan Pancasila dapat berperan dalam menghadapi tantangan tersebut, terutama di bidang e-commerce.

Menurut Puti Novi Tria Tria dkk (2022) kedudukan dan fungsi Pancasila sangat penting bagi kepribadian bangsa, jiwa, ideologi, kesepakatan leluhur, kepribadian Indonesia, dan tujuan nasional. Sebagai warga negara Indonesia, kita seharusnya menyadari bahwa Pancasila adalah ideologi nasional. Selain Pancasila merupakan pedoman bagi seluruh masyarakat Indonesia dalam kehidupan bermasyarakat berbangsa juga bernegara Pancasila ini merupakan nilai-nilai leluhur yang pernah kita hayati dengan sepenuh hati. Jika dipelajari secara mendalam, penghayatan nilai-nilai Pancasila akan meningkatkan jati diri, karakter, dan identitas kita yang memiliki sifat atau kepribadian Pancasila. Pendidikan memainkan peran yang sangat penting dalam pendidikan sosial, yang merupakan upaya untuk menumbuhkan sikap bersosial dengan mendidik, membina, dan membimbing masyarakat untuk bertanggung jawab untuk mendorong dan mengubah kemajuan (In'am, 2020). Dengan demikian, pendidikan berperan penting dalam membangun dan memperkuat hubungan antara usaha, industri, dan pendidikan. Memahami dan menekuni pendidikan untuk mencapai kemakmuran usaha dan industri tentunya dapat membantu meningkatkan kesejahteraan umum. Pada era modern, globalisasi, bersama dengan peningkatan perdagangan internasional dan pergaulan internasional, tentu memiliki konsekuensi yang dapat berakibat baik maupun buruk. Perundang-undangan nasional banyak mengadopsi banyak peraturan asing atau internasional, misalnya di dalam hal perdagangan internasional, surat-surat berharga, pasar modal, kejahatan komputer, dan sebagainya. Globalisasi mempengaruhi semua aspek kehidupan Indonesia, termasuk sosial politik, hukum, dan ekonomi. Karena sumber daya ekonomi terbatas pada satu pihak dan tidak terbatas pada peminatan atau kebutuhan pihak lain, hukum sangat penting dalam kegiatan ekonomi ini. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa konflik antara sesama warga sering terjadi saat memperebutkan sumber daya ekonomi. Perkembangan pesat teknologi informasi saat ini memengaruhi banyak aspek kehidupan, termasuk kehidupan individu, sosial, dan terkait dengan dunia bisnis atau usaha. Kehadiran teknologi informasi juga memudahkan dan mempercepat proses komunikasi dan informasi. Selain itu, teknologi informasi juga digunakan dalam kegiatan bisnis atau usaha. Beberapa alat yang digunakan dalam kegiatan ini termasuk telepon, SMS, email, website, dan lain-lain.. Sehingga munculah istilah "*e-commerce*". *E-commerce* (electronic commerce) adalah proses transaksi jual beli dengan menggunakan alat elektronik seperti telepon dan internet. Nurasha Alfahira Marsyeli dkk (2023) mendefinisikan *e-commerce* (electronic commerce) sebagai konsep baru yang bisa digambarkan untuk proses jual beli barang atau jasa pada world wide web internet. Menurut Turban dkk (2010) *e-commerce* merupakan transaksi barang, jasa, dan informasi

melalui jaringan informasi yang disebut internet. Saat ini, sebuah bisnis harus menggunakan e-commerce agar dapat bersaing secara global. Efektivitas transaksi e-commerce adalah fokus banyak penelitian. Selain itu, e-commerce memiliki lebih banyak efek positif daripada efek negatif,. Sekarang banyak perusahaan baik perusahaan kecil atau perusahaan besar memanfaatkan e-commerce sebagai upaya meningkatkan bisnisnya. Selain memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha e-commerce juga tidak selamanya menguntungkan. Internet yang berkembang pesat dianggap relatif murah untuk investasi dan dapat mengalirkan modal yang besar sebagai media promosi yang besar. Promosi besar-besaran dengan harapan banyak mendatangkan pengunjung ternyata tidak selamanya menguntungkan. E-commerce tentunya memiliki berbagai macam seperti Shopee, Lazada, Tokopedia dll. Berdasarkan data yang ada berikut ini ada grafik dari berbagai e-commerce pilihan masyarakat menurut hasil survey jakpat.



Sumber : Binus University (2019)

Berdasarkan data di atas, jelas bahwa Shopee memiliki peringkat teratas baik dari situs yang paling banyak dikunjungi, situs tempat membeli barang yang lain disusul oleh Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak. Pada situs yang sering dikunjungi dapat disimpulkan bahwa akun e-commerce yang sering dikunjungi peringkat tertinggi adalah e-commerce shopee dengan hasil 73,9% di tahun 2018 dan mengalami penurunan sedikit di tahun 2019 yaitu 72,8% namun e-commerce shopee masih berada pada peringkat tertinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan menerapkan metode studi pustaka untuk menganalisis peran nilai-nilai Pancasila dalam konteks e-commerce. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana nilai-nilai dasar tersebut berperan dalam praktek perdagangan elektronik. Pengumpulan data dilakukan dengan meneliti berbagai sumber yang relevan, termasuk jurnal ilmiah, e-book, dan artikel online yang berhubungan dengan topik penelitian. Sumber-sumber ini dipilih untuk memastikan keberagaman dan kedalaman perspektif yang diperoleh. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan secara deskriptif, dengan fokus pada identifikasi dan

pemahaman terhadap kontribusi serta penerapan nilai-nilai Pancasila dalam e-commerce. Analisis deskriptif ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi praktik bisnis, etika perdagangan, serta interaksi antara pelaku usaha dan konsumen dalam ranah digital. Dengan pendekatan ini, penelitian berusaha memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang integrasi nilai-nilai Pancasila dalam lingkungan e-commerce dan dampaknya terhadap berbagai aspek, termasuk aspek sosial, ekonomi, dan budaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini menemukan bahwa nilai-nilai Pancasila, khususnya kejujuran dan keadilan, sangat penting dalam menjaga etika perdagangan di *e-commerce*. Banyak pelaku e-commerce yang menyadari pentingnya nilai-nilai ini dalam menjaga kepercayaan konsumen. Pendidikan Pancasila memainkan peran penting dalam pendidikan sosial dengan membangun sikap bersosial dengan mengajar, membina, dan membimbing masyarakat untuk bertanggung jawab untuk mendorong dan mengubah kemajuan. Pendidikan Pancasila sangat berperan dalam membentuk karakter positif pada mahasiswa Indonesia (Saryono, 2024). Sebagai dasar negara, Pancasila mengandung nilai-nilai luhur seperti gotong royong, persatuan, keadilan, demokrasi, dan kesetaraan. Moralitas dan karakter masyarakat sangat dipengaruhi oleh Pancasila. Nilai-nilai Pancasila yang menjunjung tinggi persatuan dan kesatuan berkontribusi pada pembentukan keperibadian yang berkarakter (Jannah & Kusno, 2020).

Menurut Rahmati (dalam Waziana et al., 2022), *E-commerce* adalah perpaduan antara jasa dan barang dan dilakukan dalam sistem elektronik seperti internet atau jaringan komputer yang lain. Ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, promosi, dan layanan dari produk yang dilakukan dalam sistem elektronik. Dengan menghubungkan perdagangan domestik dengan perdagangan global, *e-commerce* akan mengintegrasikan perdagangan domestik dengan perdagangan global. Secara garis besar, *e-commerce* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui internet. Dengan liberalisasi jasa domestik dan mempercepat integrasi dengan kegiatan produksi global, *e-commerce* dan kegiatan yang terkait melalui internet memiliki potensi untuk mendorong peningkatan ekonomi domestik. Bisnis e-commerce biasanya didefinisikan sebagai "e-commerce" hanya jika mereka memiliki situs web yang menampilkan produk dan mempromosikan mereka. Toko online ini sekarang menawarkan pelanggan akses ke ribuan produk, memilih metode pengiriman yang mereka inginkan, dan membayar dengan kartu kredit, ATM, atau mobile banking.

Penggolongan *e-commerce* pada umumnya dilakukan berdasarkan sifat transaksinya. Menurut Laudon (2008:63), penggolongan *e-commerce* dibedakan menjadi beberapa jenis seperti (1) Business to Consumer (B2C), (2) Business to Business (B2B), (3) Consumer to Consumer (C2C), (4) Peer-to-peer (P2P), (5) Mobile Commerce (M-Commerce). Dari jenis tersebut tentunya e-commerce mempunyai para pesaing di bidangnya masing-masing. Meskipun bisnis online

menawarkan banyak kemudahan akan tetapi harus mempunyai persiapan dan rencana jangka panjang yang matang agar tetap stabil. Delapan cara yang dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan di dunia bisnis online (*e-commerce*) (1) Lakukan riset dan tentukan target pasar, (2) Tunjukkan keunikan produk, (3) Lakukan branding, (4) Website yang menarik, (5) Inovasi produk, (6) Menjaga loyalitas konsumen, (7) Memberikan diskon, promosi, voucher dan bonus, dan (8) Jujur.

Sering ditemukan beberapa oknum yang tidak bertanggungjawab dan melakukan penyalahgunaan sosial media. Menurut Jogiyanto (dalam Doni, 2017), pengertian dari perilaku ialah tindakan atau kegiatan yang dilakukan secara langsung yang disebabkan oleh hasrat untuk melakukan hal tersebut. Rasa ingin dari orang tersebut menjadikan apa hal yang mendorong tindakannya. Tindakan-tindakan ini muncul dari alam bawah sadar untuk mendorong kegiatan apa yang akan dilakukan. Zaman ini, seringkali muncul berita mengenai penyimpangan yang dilakukan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Terutama era digitalisasi ini, pada bidang *e-commerce* atau penjualan secara online para pedagang mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan gambar.

Di era digital, terdapat beberapa permasalahan yang menjadi fokus utama, antara lain: privasi dan keamanan data, penggunaan teknologi digital meningkatkan risiko terhadap pelanggaran privasi dan keamanan data pribadi. Penyalahgunaan data, pencurian identitas, dan serangan cyber menjadi ancaman nyata. Penyebaran Informasi Palsu (Hoaks): Kemudahan menyebarkan informasi di internet memunculkan tantangan baru dalam membedakan antara informasi yang benar dan hoaks. Hal ini dapat mengancam kepercayaan publik dan stabilitas sosial, kesenjangan digital, tidak semua orang memiliki akses yang sama terhadap teknologi digital. Kesenjangan ini bisa menjadi penghalang dalam mengakses pendidikan, pekerjaan, layanan kesehatan, dan kesempatan ekonomi lainnya, ketergantungan pada teknologi, perangkat digital seperti smartphone dan media sosial telah menyebabkan ketergantungan yang berlebihan, terutama di kalangan generasi muda, dengan dampak negatif terhadap kesehatan mental dan hubungan sosial, dan regulasi dan etika teknologi, perkembangan teknologi digital yang cepat sering kali melebihi kapasitas peraturan dan etika yang mengaturnya, sehingga menimbulkan dilema hukum dan moral tentang penggunaan teknologi.

Pembahasan

Di era digital saat ini, *e-commerce* telah menjadi salah satu pilar utama dalam perekonomian global. Namun, dengan perkembangan yang pesat ini, muncul pula berbagai tantangan etika dan moral yang perlu dihadapi. Pendidikan Pancasila, sebagai fondasi nilai-nilai moral dan etika bangsa Indonesia, memiliki peran strategis dalam mengatasi berbagai permasalahan yang muncul di tengah persaingan perdagangan online.

Dalam sila pertama rakyat Indonesia harus bisa menghargai atas perbedaan yang dimiliki dan tidak seenaknya untuk menjadikan era digital sebagai kebebasan dan menjadikan agama sebagai bahan lelucon. Hal ini terkandung pada butir pertama Pancasila yang berbunyi “ketuhanan yang maha esa”. Sila kedua yaitu “kemanusiaan yang adil dan beradab” dalam butiran Pancasila kedua menerangkan bahwa setiap manusia mempunyai hak dan kewajiban manusia yang sama rata tanpa membedakan-bedakannya, maka dalam hal digitalisasi penjualan e-commerce kita harus mempunyai jiwa kemanusiaan tanpa memilih siapa orang yang menjualnya di mana harus berlaku adil. Butir ketiga Pancasila berbunyi “Persatuan Indonesia” sila ini tentunya menjadi persatuan agar tidak terjadi perpecahan antar individu karena hal-hal buruk yang dilontarkan pada sosial media. Sebagai penjual khususnya berada di e-commerce harus memiliki jiwa persatuan tanpa menjatuhkan antar penjual yang lainnya. Sila keempat Pancasila berbunyi “kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan perwakilan” dalam hal ini seluruh manusia harus bijak dalam menyelesaikan masalah dengan baik pula agar tidak menjadikan hal yang sama pula dengan pelaku. Pada penjualan di e-commerce tentunya jika ada permasalahan antara pelaku dan penjual harus membereskan masalahnya dengan baik, apalagi pada penjual harus mempunyai feedback yang baik kepada pelaku tersebut agar permasalahan tersebut tidak berlanjut panjang hingga disebarkan ke media. Sila kelima Pancasila berbunyi “keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia” sebagai rakyat Indonesia seharusnya bijak dalam menentukan keputusan yang adil tanpa melakukan kelicikan dan mengatasnamakan nama penjual serta tokonya yang mengakibatkan kerugian.

Pendidikan Pancasila memainkan peran yang penting dalam menghadapi persaingan perdagangan di bidang e-commerce atau perdagangan online. Berikut adalah narasi tentang peran pendidikan Pancasila dalam konteks ini:

Pertama-tama, Pancasila mengajarkan nilai-nilai seperti keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Nilai keadilan mendorong pelaku e-commerce untuk berlaku adil dalam bersaing, menghindari praktik monopoli atau penyalahgunaan posisi pasar yang merugikan konsumen. Keadilan juga mendorong perlakuan yang setara terhadap semua pihak yang terlibat dalam ekosistem e-commerce, mulai dari konsumen hingga pelaku usaha kecil dan menengah.

Kedua, Pancasila mengajarkan nilai gotong royong dan kebersamaan. Dalam konteks e-commerce, hal ini dapat diinterpretasikan sebagai kolaborasi antarperusahaan untuk meningkatkan inovasi dan pelayanan kepada konsumen. Gotong royong juga mencakup dukungan terhadap UMKM agar dapat bersaing secara sehat di pasar online yang kompetitif.

Ketiga, Pancasila mengedepankan nilai kebinekaan dan persatuan. Dalam perdagangan online yang melintasi batas geografis, penghargaan terhadap keberagaman budaya dan nilai-nilai lokal sangat penting. Pendidikan Pancasila dapat mengajarkan pentingnya menghormati dan menghargai keberagaman dalam

berinteraksi dengan konsumen dan mitra bisnis dari berbagai latar belakang budaya.

Keempat, Pancasila mengajarkan nilai ketuhanan yang maha esa dan kemanusiaan yang adil dan beradab. Nilai-nilai ini mendorong pelaku e-commerce untuk mengedepankan kepentingan manusia dalam setiap kegiatan bisnisnya. Hal ini termasuk perlindungan terhadap data konsumen, penerapan kebijakan yang ramah lingkungan, serta partisipasi dalam kegiatan sosial yang berdampak positif bagi masyarakat.

Dengan demikian, pendidikan Pancasila tidak hanya memberikan landasan moral dan etika bagi para pelaku e-commerce, tetapi juga menjadi kunci dalam membangun sistem perdagangan online yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Dengan menginternalisasi nilai-nilai Pancasila, pelaku e-commerce diharapkan dapat menjalankan bisnis mereka dengan integritas tinggi, memberikan manfaat yang maksimal bagi masyarakat, dan menyumbang kepada kemajuan ekonomi secara inklusif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Pendidikan Pancasila memainkan peran penting dalam membentuk karakter yang etis dan bertanggung jawab di era e-commerce. Implementasi nilai-nilai Pancasila seperti kejujuran dan keadilan dapat membantu mengatasi tantangan etika dan moral dalam perdagangan online. Oleh karena itu, penting untuk mengintegrasikan pendidikan Pancasila dalam kurikulum pendidikan untuk meningkatkan kesadaran etis di kalangan pelaku e-commerce. Di era komputer dan internet saat ini, orang-orang, terutama orang Indonesia, harus menggunakan sosial media dengan hati-hati. Salah satunya dalam penjualan e-commerce, singkatan dari e-commerce, yang berarti sistem pemasaran yang dilakukan melalui internet atau media elektronik. E-commerce ini terjadi ketika produk didistribusikan, dijual, dibeli, diiklankan, dan diberikan layanan. Ini dilakukan melalui sistem elektronik seperti internet atau jenis jaringan komputer yang lain. Namun, penjual di e-commerce hanya melakukan kesalahan, seperti menipu dari katalog dan menawarkan produk yang berbeda. Banyak korban yang takut berbelanja online karena ketidakjujuran penjual. Ada beberapa etika yang harus diterapkan pada orang yang berbisnis online untuk menunjukkan pelayanan, kepercayaan dan produk yang dicintai konsumen yaitu bersikap ramah, sopan, jujur dalam penulisan deskripsi barang, mengemas barang dengan rapih, menepati janji dan bertanggung jawab.

Sebagai warga Indonesia yang bijak sudah seharusnya menerapkan sila-sila Pancasila dengan tujuan menjaga kenyamanan dan ketertiban antar umat manusia. Semua pasti bisa dilakukan jika ada kemauan dari diri sendiri, salah satunya kita sebagai pembeli harus memperhatikan tokoh tersebut terlebih dahulu dari ulasan orang-orang yang sudah membelinya dan tentunya dari pengalaman tersebut jika

hal yang tidak sesuai dengan barang yang ada di katalog kita harus segera melaporkan ke pihak e-commerce itu sendiri. Ketertiban warga Indonesia akan sangat terjaga apabila masyarakat sadar akan pentingnya Pancasila dan menghindari juga meminimalisir kasus-kasus yang merugikan orang lain.

REFERENSI

- Binus. (2019). *Persaingan e-Commerce di Indonesia*. Binus University.
<https://binus.ac.id/bandung/2019/08/persaingan-e-commerce-di-indonesia/>
- Doni, F. R. (2017). Perilaku Penggunaan Smartphone Pada Kalangan Remaja. *Journal Speed Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 9(2), 16–23.
<https://ijns.org/journal/index.php/speed/article/view/1109/1096>
- In'am, A. (2020). Peranan Pemuda Dalam Pendidikan Sosial Kemasyarakatan. *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 3, h. 1-10.
- Jannah, M., & Kusno. (2020). Peranan Pendidikan Pancasila Bagi Masyarakat Dalam Pembentukan Karakter Dan Moral Berbangsa dan Bernegara. *Civitas*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.36987/civitas.v1i1.1667>
- Marsyeli, Nurasha Alfahira, T. W., Pemasaran, M., Marsyeli, O., Alfahira, N., & Widyana, T. (2023). Analisis Strategi Bisnis Online Melalui Pemasaran Online. *Journal Of International Multidisciplinary Researc*, 1(2), 899–907.
<https://doi.org/https://doi.org/10.62504/v77nqz47>
- Saryono, S. (2024). Pendidikan Kewarganegaraan di Era Digitalisasi 5.0: Membentuk Karakter Siswa di Sekolah Dasar. *Educatus : Jurnal Pendidikan*, 2(2), 16–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.69914/educatus.v2i2.13>
- Tria, P. N., Cahyaningsih, F. F., Suwandi, R. A., & Fitriono, R. A. (2022). Implementasi Pancasila dalam Bidang Ekonomi di Era Globalisasi. *Gema Keadilan*, 9(3). <https://doi.org/10.14710/gk.2022.16456>
- Turban, E., Bolloju, N., & Liang, T. P. (2010). Social commerce: An e-commerce perspective. *ACM International Conference Proceeding Series*, 33–42.
<https://doi.org/10.1145/2389376.2389382>
- Waziana, W., Saputra, R. H., Sari, N. Y., Kasmi, K., & Aulia, D. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 107–112. <https://doi.org/10.32877/nr.v1i2.433>