

Pemanfaatan Google Business Profile Untuk Meningkatkan Akses UMKM Snack Dan Cemilan Nda Gemoy

Firmansyah ^(1,a), Meliyanti ^(1,b)

⁽¹⁾Manajemen, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, 35142, Indonesia
Email :^(a)firmansyah@darmajaya.ac.id, ^(b)meliyanti@darmajaya.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan vital dalam memperkuat perekonomian nasional melalui kontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan penyediaan lapangan kerja. Namun, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi kendala dalam hal pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital, sehingga produk yang dihasilkan belum dikenal luas. Snack dan Cemilan Nda Gemoy merupakan salah satu UMKM kuliner lokal yang berfokus pada produksi berbagai jenis makanan ringan berbasis bahan lokal dengan cita rasa khas dan kualitas bersaing. Meskipun memiliki potensi pasar yang menjanjikan, promosi usaha ini sebelumnya masih dilakukan secara konvensional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan konsumen terbatas. Melalui penerapan Google Business Profile (GBP), dilakukan upaya digitalisasi usaha dengan membuat profil bisnis resmi di Google Search dan Google Maps. Proses ini mencakup pengisian data identitas usaha, unggahan foto produk, serta pelatihan pengelolaan akun secara mandiri agar pemilik dapat memperbarui informasi secara berkelanjutan. Hasil penerapan menunjukkan peningkatan visibilitas usaha di dunia digital, kemudahan konsumen dalam menemukan lokasi dan produk, serta meningkatnya kepercayaan publik melalui fitur ulasan pelanggan. Pemanfaatan Google Business Profile terbukti mampu membantu Snack dan Cemilan Nda Gemoy memperluas akses pasar, memperkuat citra profesional, dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital yang semakin kompetitif.

Kata kunci: Google Business Profile, UMKM, Digitalisasi

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in strengthening the national economy by contributing to community income and creating employment opportunities. However, many MSME owners still face challenges in marketing and utilizing digital technology, resulting in limited product recognition. Snack and Cemilan Nda Gemoy is a local culinary MSME that focuses on producing various types of snacks made from local ingredients with distinctive flavors and competitive quality. Despite its promising market potential, its promotional activities were previously limited to conventional methods such as direct selling and word-of-mouth marketing, which restricted consumer reach. Through the implementation of the Google Business Profile (GBP), a digitalization initiative was carried out by creating an official business profile on Google Search and Google Maps. The process included entering business identity information, uploading product photos, and providing training on independent account management to ensure consistent updates. The implementation resulted in improved business visibility, easier customer access to location and product information, and increased consumer trust through customer review features. The utilization of Google Business Profile has proven effective in helping Snack and Cemilan Nda Gemoy expand its market reach, strengthen its professional image, and adapt to the increasingly competitive digital business landscape.

Keywords: Google Business Profile, MSME, Digitalization

Submit:
21.10.2025

Revised:
23.10.2025

Accepted:
14.11.2025

Available online:
20.11.2025

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian nasional yang berkontribusi besar terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) serta penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat. Menurut Tambunan (2020), UMKM memiliki peran strategis dalam memperkuat struktur ekonomi nasional, terutama pada sektor produktif yang menyerap banyak tenaga kerja. Keberadaan UMKM tidak hanya berperan dalam menggerakkan aktivitas ekonomi di tingkat lokal, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat yang mendorong kemandirian dan inovasi usaha (Pratama & Hidayat, 2023).

Namun demikian, di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pemasaran dan promosi produk mereka. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023), masih banyak UMKM yang belum mampu beradaptasi dengan digitalisasi usaha karena keterbatasan sumber daya manusia dan pemahaman teknologi. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa adaptasi terhadap teknologi digital menjadi faktor utama dalam memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi pemasaran produk. Keterbatasan akses terhadap teknologi dan kurangnya pemahaman mengenai pemasaran digital menyebabkan sebagian besar UMKM masih bergantung pada strategi konvensional seperti promosi langsung, word of mouth, atau penggunaan media sosial sederhana (Wijaya et al., 2021). Pola ini dinilai kurang efektif dalam menjangkau konsumen yang semakin terbiasa mencari informasi produk melalui internet. Dalam konteks ini, kehadiran digital atau digital presence menjadi sangat penting karena usaha yang tidak mudah ditemukan di mesin pencarian seperti Google berisiko kehilangan peluang pasar yang signifikan (Google, 2023)..

Salah satu strategi digital yang efektif, mudah diakses, dan tidak memerlukan biaya besar adalah penggunaan Google Business Profile (GBP). Menurut Google (2023), Layanan ini memungkinkan pelaku usaha menampilkan profil bisnis mereka secara resmi di Google Search dan Google Maps. Melalui platform ini, pemilik usaha dapat mengunggah informasi seperti nama bisnis, alamat, nomor telepon, jam operasional, foto produk, serta menerima ulasan dari pelanggan. Kehadiran profil bisnis di Google memberikan dampak signifikan terhadap kemudahan konsumen dalam menemukan dan mempercayai suatu usaha, sekaligus meningkatkan kredibilitas dan visibilitas produk di ranah digital. Salah satu contoh penerapan strategi ini dilakukan pada UMKM Snack dan Cemilan Nda Gemoy, sebuah usaha kuliner lokal yang didirikan pada tahun 2023 oleh Ibu Jahro. Usaha ini memproduksi berbagai jenis makanan ringan seperti keripik singkong, keripik pisang lumer, dan camilan khas lainnya yang berbahan dasar hasil pertanian lokal. Meskipun memiliki cita rasa unggulan dan kualitas produk yang bersaing, promosi yang dilakukan masih terbatas, sehingga usaha ini belum dikenal luas di luar wilayah sekitarnya (Ridho, 2025). Minimnya penggunaan media digital dan belum adanya identitas bisnis resmi menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan.

Melalui pendampingan digitalisasi usaha menggunakan Google Business Profile, dilakukan pembuatan akun bisnis resmi, pengisian informasi usaha secara lengkap, penambahan foto produk, serta pelatihan pengelolaan akun agar pemilik dapat memperbarui data secara mandiri (Narus et al., 2024). Upaya ini bertujuan untuk memperkuat eksistensi digital Snack dan Cemilan Nda Gemoy, memperluas akses pasar, serta membangun kepercayaan konsumen melalui tampilan profil yang profesional dan interaktif. Selain itu, fitur analitik sederhana yang tersedia pada GBP membantu pemilik usaha memahami perilaku konsumen dan mengembangkan strategi promosi yang lebih tepat sasaran. Pemanfaatan teknologi digital melalui Google Business Profile diharapkan dapat menjadi langkah awal transformasi bagi UMKM Snack dan Cemilan Nda Gemoy menuju pengelolaan bisnis yang modern, adaptif, dan berkelanjutan. Dengan peningkatan visibilitas di dunia digital, usaha ini diharapkan mampu memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan pendapatan, serta menjadi inspirasi bagi pelaku UMKM lainnya untuk berinovasi dan beradaptasi dalam menghadapi tantangan ekonomi digital (Swissia, H., & Marshella, 2025).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk mendukung proses digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui penerapan teknologi berbasis Google Business Profile (GBP). Fokus kegiatan diarahkan pada peningkatan kapasitas digital dan perluasan akses pasar

bagi UMKM Snack dan Cemilan Nda Gemoy, yang bergerak di bidang produksi makanan ringan berbahan dasar hasil pertanian lokal seperti singkong dan pisang. Pendekatan kegiatan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan pemilik usaha secara langsung pada setiap tahap pelaksanaan, sehingga hasil kegiatan dapat memberikan dampak nyata dan berkelanjutan bagi pengembangan usaha. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan utama sebagai berikut :

1. Survei dan Identifikasi Kebutuhan

Tahapan awal dilakukan dengan observasi langsung ke lokasi usaha dan wawancara dengan pemilik UMKM untuk mengetahui kondisi aktual usaha, mulai dari proses produksi, pengemasan, hingga sistem pemasaran yang diterapkan. Survei ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha, khususnya dalam aspek promosi digital. Hasil survei menunjukkan bahwa promosi masih dilakukan secara konvensional dan belum memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar.

2. Pendalaman Proses Produksi dan Dokumentasi Produk

Setelah dilakukan identifikasi kebutuhan, kegiatan dilanjutkan dengan pendalaman terhadap proses pembuatan produk utama, yaitu keripik singkong dan keripik pisang. Tahap ini mencakup pengamatan proses pengupasan, pemotongan, penggorengan, dan pengemasan produk. Dokumentasi kegiatan produksi dilakukan untuk mendapatkan bahan visual dan deskripsi produk yang akan digunakan sebagai konten promosi digital di Google Business Profile.

3. Pembuatan dan Pengisian Google Business Profile

Tahapan berikutnya adalah pembuatan akun Google Business Profile resmi untuk UMKM Snack dan Cemilan Nda Gemoy. Proses ini dimulai dengan pendaftaran akun, verifikasi lokasi usaha, serta pengisian informasi bisnis yang meliputi nama usaha, alamat, kategori produk, nomor telepon, jam operasional, dan foto produk. Pendampingan dilakukan agar pemilik usaha memahami manfaat dan cara kerja platform ini, termasuk pentingnya memperbarui informasi secara berkala untuk menjaga keaktifan akun dan kredibilitas usaha di mata konsumen.

4. Pelatihan Pengelolaan Akun dan Pemanfaatan Fitur Digital

Setelah akun aktif dan terverifikasi, dilakukan pelatihan singkat mengenai cara pengelolaan akun Google Business Profile. Materi pelatihan mencakup cara menambah produk baru, memperbarui informasi, merespons ulasan pelanggan, serta memanfaatkan data analitik yang tersedia untuk memahami perilaku konsumen. Pendekatan yang digunakan bersifat praktik langsung agar pemilik usaha dapat mengelola akun secara mandiri dan berkelanjutan.

5. Evaluasi dan Pendampingan Lanjutan

Tahap terakhir adalah evaluasi hasil penerapan profil bisnis melalui peninjauan tampilan akun dan interaksi awal dari konsumen. Evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa akun berfungsi optimal dan informasi usaha tersaji dengan akurat. Selain itu, dilakukan pendampingan lanjutan dalam bentuk konsultasi ringan apabila pemilik usaha memerlukan bantuan teknis atau pembaruan konten.

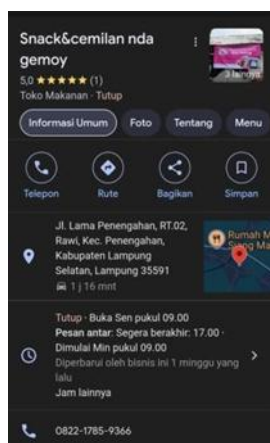
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan digitalisasi usaha bagi UMKM Snack dan Cemilan Nda Gemoy dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan visibilitas usaha di platform digital serta memperluas akses pasar melalui penerapan Google Business Profile (GBP). Program ini berlangsung selama beberapa tahap, mulai dari observasi awal, pelatihan, hingga pendampingan langsung dalam pembuatan dan pengelolaan akun. Seluruh rangkaian kegiatan berjalan dengan baik berkat partisipasi aktif pemilik usaha dan dukungan dari tim pelaksana. Secara umum, kegiatan ini menghasilkan dua capaian utama, yaitu peningkatan literasi digital pelaku usaha dan terbentuknya profil bisnis digital resmi yang dapat diakses publik melalui Google Search dan Google Maps.

1. Pembuatan dan Implementasi Google Business Profile

Hasil utama dari kegiatan ini adalah terciptanya akun Google Business Profile Snack dan Cemilan Nda Gemoy yang telah terverifikasi dan dapat diakses secara publik. Akun tersebut memuat informasi lengkap mengenai usaha, seperti nama bisnis, alamat, nomor telepon, jam operasional, serta foto produk unggulan seperti keripik singkong dan keripik pisang lumer. Selain itu, identitas visual berupa logo dan banner promosi juga disertakan untuk memperkuat citra merek usaha di platform digital.

Selama proses pendampingan, pemilik usaha terlibat secara aktif dalam setiap langkah pembuatan akun, mulai dari pengisian data, pemilihan kategori bisnis, hingga pengunggahan foto produk. Pendekatan partisipatif ini bertujuan agar pelaku usaha tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengelola dan memperbarui akun secara mandiri. Hasil implementasi menunjukkan bahwa profil bisnis telah muncul di hasil pencarian Google dan terdaftar di Google Maps dengan informasi yang akurat dan terorganisir. Kondisi ini memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi usaha, menghubungi kontak bisnis, serta melihat katalog produk secara daring. Gambaran hasil kegiatan ditunjukkan pada dokumentasi berikut:



Gambar 1 Tampilan profil Google Business Snack dan Cemilan Nda Gemoy

Peningkatan Literasi Digital dan Kemandirian Pelaku Usaha

Sebelum kegiatan dilaksanakan, pemilik Snack dan Cemilan Nda Gemoy belum memiliki pengalaman dalam mengelola platform digital. Promosi hanya dilakukan melalui penjualan langsung dan media sosial sederhana. Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, pelaku usaha mulai memahami manfaat penggunaan Google Business Profile sebagai alat pemasaran modern yang mampu meningkatkan jangkauan konsumen.

Pelaku usaha dilatih untuk memperbarui jam operasional, menambah foto produk baru, dan merespons ulasan pelanggan. Kemampuan ini menjadi penting karena keberlanjutan akun sangat bergantung pada aktivitas rutin dan interaksi dengan konsumen. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan digital pemilik usaha. Ia mampu memperbarui informasi secara mandiri dan memahami cara membaca data analitik sederhana yang disediakan oleh platform Google.

Dampak Penerapan Google Business Profile

Setelah akun bisnis aktif, perubahan positif mulai terlihat pada cara konsumen berinteraksi dengan usaha. Konsumen dapat dengan mudah menemukan lokasi Snack dan Cemilan Nda Gemoy melalui pencarian “snack Lampung” atau “cemilan enak terdekat” di Google. Profil bisnis yang menampilkan informasi lengkap dan foto produk meningkatkan kepercayaan publik serta memberikan kesan profesional terhadap usaha.

Selain itu, fitur ulasan (review) pada Google Business Profile memberi ruang bagi pelanggan untuk memberikan penilaian dan masukan terhadap produk. Ulasan positif berperan penting dalam membangun citra usaha yang kredibel di mata calon pembeli. Dengan adanya profil digital ini, jangkauan pasar usaha meluas tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga menjangkau konsumen dari luar daerah yang mencari produk oleh-oleh khas Lampung secara daring.

Pembahasan

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Business Profile menjadi solusi efektif dan sederhana bagi UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Platform ini tidak

hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun reputasi dan kepercayaan pelanggan melalui transparansi informasi. Keberadaan profil bisnis resmi di Google memperkuat citra profesional dan memudahkan pelanggan menemukan usaha dengan cepat.

Peningkatan literasi digital pemilik usaha menjadi faktor penting dalam keberlanjutan program ini. Pendekatan partisipatif selama pelaksanaan kegiatan terbukti efektif dalam menumbuhkan rasa memiliki terhadap hasil yang dicapai. Meskipun kegiatan ini telah memberikan hasil yang signifikan, keberlanjutan penggunaan akun masih memerlukan komitmen dari pelaku usaha untuk terus memperbarui informasi, mengelola ulasan, dan mengoptimalkan fitur analitik agar dapat meningkatkan efektivitas promosi digital secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan digitalisasi usaha melalui penerapan Google Business Profile memberikan dampak nyata terhadap penguatan identitas digital dan perluasan jangkauan pasar Snack dan Cemilan Nda Gemoy. Langkah ini menjadi bukti bahwa adopsi teknologi sederhana dapat memberikan kontribusi besar bagi peningkatan daya saing UMKM di era ekonomi digital yang dinamis. Berikut dokumentasi pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Snack dan Cemilan Nda Gemoy:



Gambar 2 Membantu Desain Logo UMKM



Gambar 3 Penyerahan Sticker ke UMKM



Gambar 4 Penyerahan NIB ke UMKM



Gambar 5 Pendampingan Langsung ke UMKM

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pendampingan digitalisasi melalui penerapan Google Business Profile (GBP) bagi UMKM Snack dan Cemilan Nda Gemoy telah terlaksana dengan baik dan memberikan hasil yang signifikan. Program ini berhasil membantu pelaku usaha memiliki identitas digital resmi yang mudah diakses publik melalui Google Search dan Google Maps. Keberadaan profil bisnis ini membuat usaha lebih dikenal oleh konsumen, meningkatkan visibilitas di ranah digital, serta memperluas jangkauan pasar hingga ke luar wilayah lokal.

Selain memberikan manfaat dalam aspek promosi, kegiatan ini juga berdampak positif terhadap peningkatan kemampuan dan literasi digital pemilik usaha. Pelaku UMKM mampu memahami pentingnya keberadaan digital dalam menghadapi persaingan pasar modern, serta menguasai keterampilan dasar dalam mengelola akun bisnis secara mandiri, mulai dari memperbarui informasi, menambahkan produk, hingga merespons ulasan pelanggan.

Penerapan Google Business Profile tidak hanya memperkuat citra profesional usaha, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen melalui penyajian informasi yang resmi, akurat, dan transparan. Dengan demikian, kegiatan ini menunjukkan bahwa transformasi digital dapat dimulai dari langkah sederhana namun berdampak besar bagi keberlanjutan usaha mikro.

Secara keseluruhan, pendampingan ini menjadi bukti nyata bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM, memperluas pasar, dan memperkuat posisi usaha di tengah perkembangan ekonomi berbasis teknologi. Keberhasilan kegiatan

ini diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi pelaku UMKM lainnya untuk beradaptasi dengan kemajuan digital dan terus berinovasi dalam pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Ibu Jahro, selaku pemilik UMKM Snack dan Cemilan Nda Gemoy, atas kerja sama, keterbukaan, dan partisipasi aktif selama proses pendampingan digitalisasi usaha melalui pembuatan Google Business Profile. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Rawi, Bapak M. Amin, beserta seluruh perangkat desa yang telah memberikan dukungan penuh terhadap pelaksanaan kegiatan ini. Apresiasi yang tinggi diberikan kepada masyarakat Desa Rawi yang telah memberikan dukungan moral maupun bantuan selama kegiatan berlangsung, serta kepada pihak-pihak yang turut berperan dalam kelancaran program. Tidak lupa, ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada rekan-rekan mahasiswa atas dedikasi, kerja sama, dan semangat yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Melalui kolaborasi dan dukungan dari berbagai pihak, kegiatan pendampingan ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi pengembangan UMKM lokal serta peningkatan literasi digital masyarakat.

REFERENSI

- Pratama, A. B., & Hidayat, T. (2023). Transformasi digital UMKM dalam menghadapi era ekonomi berbasis teknologi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), 45–56.
- Narus, C. R., Wea, A. D., Rouk, M. Y., Kolo, A. Q., Tahu, A. M., Tuan, I. A. A., & Leki, S. (2024). Pelatihan pembukuan sederhana bagi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Desa Besmarak, Kecamatan Nekamese, Kabupaten Kupang. *Journal of Community Service (JCOS)*, 2(2), 34–39.
- Ridho, W. (2025). Strategi mahasiswa KKN dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM lokal Desa Sesela Gunungsari. *Journal of Community Development and Empowerment*, 1(1), 21–25.
- Sahara, M. A., Kurnia, S., Zulaika, N., Pardede, R. M., Febrianta, R., Dewi, A. K. P., & Elvina, E. (2024). Pendampingan pembukuan berbasis digital dengan menggunakan aplikasi Akuntansiku pada UMKM Cemilan Berkah di Desa Toapaya Selatan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 241–254.
- Wijaya, R. S., Sartika, D., & Nini, N. (2021). Sosialisasi aplikasi BukuKas: Solusi pembukuan keuangan digital bagi UMKM Lubuk Minturun. Dalam *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)* (Vol. 4, hlm. 1165–1171).
- Google. (2023). Get your business on Google Search and Maps with Google Business Profile. Google Support. <https://support.google.com/business>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). Laporan tahunan UMKM dan digitalisasi usaha. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Tambunan, T. (2020). UMKM di Indonesia: Masalah, kebijakan, dan strategi pemberdayaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(2), 145–160.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Purwati, N., Halimah, H., & Rahardi, A. (2018). Perancangan Website Program Studi Sistem Informasi Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung. *SIMADA (Jurnal Sistem Informasi & Manajemen Basis Data)*, 1(1), 71. <https://doi.org/10.30873/simada.v1i1.1116>.
- Swissia, P., H, H., & Marshella, O. (2025). Peningkatan Literasi Digital dan Manajemen Keuangan untuk UMKM di Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 4(1), 85–91. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v4i1.132>

- Bachri, B., & Meliyanti. (2024). Strategi Pemasaran Digital dan Event Produk sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Jamu Imopuro di Metro Pusat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 3(2), 104–110. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v3i2.112>
- M Teguh Saefuddin¹, Tia Norma Wulan², S. dan D. E. J., & 1, 2, 3, 4Universitas Sultan Ageung Tirtayasa. (2023). 1. نفوذيهك لماد. 2. نيراه نفوذيهك لماد. 3. لاله لوسر يهيساغم بدا تننيءاكر ب غي يلغن ليلد وتاس خابم 4. باوجنم. 5. لاله لوسر يهيساغم بدا 3 يسلاوميس نكنوكلام. لوتب نغد زيءوك نلاءوس 4 باوجنم. *Data Pengumpulan Teknik Kuantitatif Dan Kualitatif Pada Metode Penelitian*, 2(6), 784–808.