

## **Strategi Pemulihan Ekonomi Melalui Pemberdayaan Pelaku Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Era Ekonomi Digital (Sosialisasi Pada Desa Sindang Panjang Kecamatan Tanjung Sakti Pumi)**

**Suwarno<sup>1</sup>, Arisky Andrinaldo<sup>2\*</sup>, Nasruddin<sup>3</sup>, Muhammad Nur Alamsyah<sup>4</sup>, Indrawati Mara Kesuma<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Fakultas Ilmu Ekonomi dan Sosial Humaniora, <sup>1,5</sup>Prodi Akuntansi, <sup>2,3</sup>Manajemen dan <sup>4</sup>Informatika, Universitas Bina Insan.

Email: <sup>1</sup>suwarno@univbinainsan.ac.id, <sup>2</sup>arisky.andrinaldo@univbinainsan.ac.id,

<sup>3</sup>nasruddin@univbinainsan.ac.id, <sup>4</sup>mnuralamsyah@univbinainsan.ac.id,

<sup>5</sup>indrawati\_marakesuma@univbinainsan.ac.id

### **Abstract**

*Sindang Panjang Village has great potential, but foreign tourists outside the region cannot yet recognize and recognize it because there is no use of digital media in the marketing of tourism and the creative economy. The purpose of the service is to provide training on Economic Recovery Strategies through Empowering Tourism and Creative Economy Actors in the Digital Economy Era for the people of Sindang Panjang Village. The activity method carried out in this PKM activity is by conducting training and outreach. The results of the study show that entrepreneurs in Sindang Panjang village appreciate this charity activity because it can help encourage product development and innovation and increase brand awareness and the importance of product added value to compete with other culinary businesses with similar products and marketplaces. Business players who continue to grow amid changing consumer preferences.*

**Keywords:** *Strategy, Economic Recovery, Tourism, Creative Economy, and Digital Economy*

### **Abstrak**

Desa Sindang Panjang memiliki potensi yang besar, namun belum dapat dikenal dan diketahui oleh wisatawan asing luar daerah karena belum adanya pemanfaatan media digital dalam pemasaran dari pariwisata dan ekonomi kreatif. Tujuan pengabdian untuk memberikan pelatihan Strategi Pemulihan Ekonomi Melalui Pemberdayaan Pelaku Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Era Ekonomi Digital pada masyarakat Desa Sindang Panjang. Metode kegiatan yang dilaksanakan dalam kegiatan PKM ini adalah dengan cara melakukan pelatihan dan sosialisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Para pengusaha di desa Sindang Panjang mengapresiasi kegiatan amal ini karena dapat membantu mendorong pengembangan dan inovasi produk serta meningkatkan kesadaran merek dan pentingnya nilai tambah produk untuk bersaing dengan bisnis kuliner lainnya dengan produk sejenis dan marketplace. Pelaku bisnis yang terus tumbuh di tengah perubahan preferensi konsumen.

**Kata Kunci:** *Strategi, Pemulihan Ekonomi, Pariwisata, Ekonomi Kreatif, dan Ekonomi Digital*

## Pendahuluan

Desa Sindang Panjang merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Tanjung Sakti Pumi, Kabupaten Lahat, Provinsi Sumatera Selatan. Sindang Panjang mempunyai kode wilayah menurut kemendagri 16.04.24.2002. Agrowisata tanjung sakti menarik perhatian Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Mneparakraf) Republik Indonesia, Sandiaga Salahuddin Uno. Menurut Sandiaga, destinasi wisata yang digagas tokoh masyarakat Tanjung Sakti, yang juga Wali Kota Palembang, Harnojoyo, itu berpotensi mendongkrak pariwisata di Kabupaten Lahat. Sekaligus menghidupkan ekonomi kreatif. Optimisme tersebut disampaikan Sandiaga Salahuddin Uno, saat berkunjung ke kawasan wisata tersebut, (Menparekraf, 2022)

Agro Wisata yang memiliki nuansa alam yang sangat indah tentunya menjadi tempat yang nyaman dan banyak dikunjungi masyarakat, begitu pula dengan agro wisata Tanjung Sakti yang berada di wilayah Sumatra Selatan, tepatnya di Desa Sindang panjang, Kecamatan tanjung Sakti Pumi kabupaten Lahat, banyak dikunjungi masyarakat di saat Lebaran tiba. Selain menawarkan pemandangan alam yang indah agro wisata Tanjung Sakti memiliki beberapa tempat yang sangat menarik seperti Air Terjun, Pemandian Alam, pemandangan alam pertanian, serta instalasi spotr selfie dilahan yang luas. (lifestyle.news, 2022)

Gubernur Sumatera Selatan, Wali Kota Pagaralam, dan Bupati Lahat hadir di Agro Wisata Sindang Panjang Kecamatan Tanjung Sakti Kabupaten Lahat. Kehadiran orang nomor satu di Sumsel ini, dalam rangka meresmikan destinasi wisata alam tersebut. “Saya bangga dengan Pak Harno, beliau bisa memanfaatkan sumber daya alam, menjadi objek wisata yang menarik, Tidak hanya itu, tadi saya lihat UMKM tumbuh. Nah ini, bisa meningkatkan perekonomian di desa tersebut, dan Kabupaten Lahat. Saya lihat pembuatan destinasi ini biaya murah, idenya yg mahal, dan ini biasa jadi amal ibadah bagi keluarga Harnojoyo karena tidak dipungut biaya”. (Permata, 2020b)

Kehadiran Agro Wisata Sindang Panjang Kecamatan Tanjung Sakti Kabupaten Lahat, memberikan geliat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Bagaimana tidak, Agro wisata tersebut menjadi magnet tersendiri, dalam menari wisatawan lokal. Dengan berjarak 43,9 KM dari Kota Pagaralam, para wisatawan dimanjakan dengan keindahan alam, dan titik spot foto. Dari pantauan awak media, masyarakat desa Sindang Panjang Tanjung Sakti tidak hanya berjualan makanan maupun minuman, mereka juga menjual pernak – pernik souvenir. (Permata, 2020a)



**Gambar 1.** Souvenir dan Bipang

Seperti yang diungkapkan Fery warga setempat sekaligus pembina IKM Bina Tasti, mengatakan, dibukanya Taman Wisata Agrowisata di Desa Sindang Panjang berdampak pada penjualan maupun pemesanan Bipang hingga terjual 40 kilogram per hari. Ferry menjelaskan, Bipang Tanjung Sakti ini diproduksi oleh

IKM Bina Tasti, Desa Tanjung Bulan yang sering dijadikan souvenir pada acara acara besar di Kabupaten Lahat bahkan di pamerkan di beberapa daerah yang ada di Indonesia ini merupakan makanan khas asli Tanjung Sakti berbahan beras ketan, kacang tanah, gula, jeruk nipis tersebut. (Andhika, 2020)

Berdasarkan data yang diperoleh dari BukuWarung bahwa dampak pandemi ini sangat signifikan berpengaruh pada sektor olahraga dan hobi, toko bangunan, restoran, Berdasarkan riset dari BukuWarung dampak negatif terbesar pandemi Covid-19 paling dirasakan oleh industri UMKM di sektor restoran, olahraga & hobi, dan juga toko bangunan. Usaha restoran sampai jatuh pada 70% dan pendapatan menjadi turun mencapai 80%. Selain itu UMKM dengan bidang olahraga, hobi dan toko bangunan juga merasakan hal yang sama mengalami penurunan hingga 90% dari pendapatannya. Untuk UMKM toko bangunan juga menurun mencapai 65%. Tidak semua UMKM mengalami penurunan ada juga yang membawa berkah pada masa pandemi ini di antaranya UMKM pada bidang kesehatan dalam produksi handsantizer, usaha penjualan data dan pulsa, serta konveksi yang beralih dalam memproduksi masker. (Susanti et al., 2020)

Pemasaran saat ini telah merambah ke dunia media sosial. Media sosial yang memiliki pengguna tinggi diantaranya Facebook dan Instagram. Dalam dunia usaha media sosial memiliki banyak fungsi. Fungsi pertama adalah untuk mengidentifikasi konsumen. Selain itu, media sosial berfungsi sebagai media komunikasi timbal balik antara konsumen dan pengusaha, dan untuk standarisasi reputasi perusahaan di mata konsumen.(Sofiyana et al., 2021)

Pesan utama dari konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah bahwa para pemimpin, pemangku kepentingan, manajemen, pelaku bisnis pariwisata dan masyarakat harus mampu menjaga dan mempertahankan kebersihan dan kelestarian. Hasil dari kegiatan PKM ini akan menjadi destinasi wisata yang terbuka untuk umum, yang secara berkelanjutan dapat menjadi destinasi wisata baru di desa Sindang Panjang dengan mengimplementasikan masyarakat desa yang lebih aktif dalam kegiatan pariwisata.

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diketahui bahwa dalam pengembangan ekonomi kreatif sudah tumbuh, namun masih sangat diperlukan strategi dalam pemberdayaan ekonomi kreatif di Era Ekonomi Digital, oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan Pelatihan Strategi Pemulihan Ekonomi Melalui Pemberdayaan Pelaku Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Era Ekonomi Digital.

### **Metode Pengabdian**

Metode kegiatan yang dilaksanakan dalam kegiatan PKM ini adalah dengan cara melakukan pelatihan dan sosialisasi Strategi Pemulihan Ekonomi Melalui Pemberdayaan Pelaku Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Era Ekonomi Digital di Desa Sindang Panjang Kecamatan Tanjung Sakti Pumi Kabupaten Lahat.

Kegiatan PKM dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 3 Desember 2022, pada kegiatan PKM didampingi oleh Kepala Desa Sindang Panjang dan Jajaran Perangkat Desa dalam memberikan pelatihan serta pengenalan dalam pemanfaatan sosial media (FB, Instagram, Whatsapp, Tiktok, dan Youtube) yang ada sebagai media promosi dari pariwisata dan ekonomi kreatif yang dimiliki oleh Desa Sindang Panjang Kecamatan Tanjung Sakti Pumi Kabupaten Lahat.



Gambar 3. Foto Bersama Universitas Bina Insan dan ITPA

Adapun tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini sebelumnya telah mendapat persetujuan dari Kepala Desa Sindang Panjang dan bekerjasama dengan Institut Teknologi Pagar Alam (ITPA), kemudian kegiatan ini terbagi menjadi 3 sesi, sesi pertama melaksanakan pemberian materi, sesi kedua tanya jawab, dan rencana tindak lanjut.

Sesi pertama dilaksanakan pemberian materi Kepada masyarakat, mahasiswa, UMKM dan perangkat desa Sindang Panjang, Adapun materi sebagai berikut :

**Strategi Pemulihan Ekonomi Melalui Pemberdayaan Pelaku Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Di Era Ekonomi Digital**

**Tema**  
"STRATEGI PENGUATAN PARIWISATA DAN UMKM UNTUK PENINGKATAN EKONOMI BEBASIS EDUKASI DAN DIGITALISASI"

**Pengabdian Kepada Masyarakat**

Dr. Suwamo, S.E., M.Si  
Arisky Andrialdo, S.E., M.Ak  
Nasruddin, S.E., MM  
Muhammad Nur Alamsyah, M.Kom  
Fameza Diniati, MI  
Dedi Sefadi, M.Kom

Pagar Alam, 3 Desember 2022

**ARAHAN PRESIDEN & WAKIL PRESIDEN RI TERKAIT PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF TAHUN 2021**

Akselerasi pembangunan infrastruktur di 5 Destinasi Prioritas

Penyediaan Kalender Event di Setiap Destinasi terutama di 5 Destinasi Super Prioritas

Implementasi Aspek pada setiap destinasi pariwisata bahari, wisata alam, wisata budaya, dan nyaman

Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif sebagai pangan pekerja atau mata pencaharian yang menghidupi dan menggerakkan ekonomi.

3 PLATFORM PROGRAM KEMENPARAREKRAF KE DEPAN: INOVASI, ADAPTASI, dan KOLABORASI

**PLATFORM PROGRAM MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF**

- INOVASI**: Smart Tourism, Smart Food, Smart Hospitality
- ADAPTASI**: Implementasi CHSE untuk produk, usaha, dan destinasi pariwisata
- KOLABORASI**: Bekerjasama dengan semua pihak untuk memulihkan sektor Pariwisata dan Industri Kreatif, membuka lapangan pekerjaan dan peluangnya

**UKM / usaha kecil menengah adalah semua usaha produktif, baik itu merupakan usaha industri yang melakukan pengolahan bahan (baku) atau cuma usaha jualan saja.**

**Kriteria UMKM (UU No. 20 Tahun 2008)**

| Kriteria       | Asset (Rp)             | Omset (Rp)                |
|----------------|------------------------|---------------------------|
| Usaha Mikro    | Maksimal 50 Juta       | Maks. 300 Juta            |
| Usaha Kecil    | > 50 Juta - 500 Juta   | > 300 juta - 2,5 M Milyar |
| Usaha Menengah | > 500 Juta - 10 Milyar | > 2,5 Milyar - 50 M       |

Gambar 7. Materi PKM



**Gambar 8.** Penyampaian Materi

Adapun sesi kedua dilaksanakan tanya jawab kepada peserta pengabdian kepada masyarakat, Antusias tanya jawab masyarakat akan materi yang diberikan. Adapun dapat terlihat pada gambar berikut :



**Gambar 9.** Sesi Tanya Jawab

Sesi ketiga merupakan rencana tindak lanjut dari perkembangan dan rencana kedepan strategi dalam pengembangan pariwisata, pemanfaatan wisata alam, ekonomi kreatif yang tumbuh, produk makanan olahan ciri khas terbaru, pengembangan minuman yang menjadi khas daerah Sindang Panjang dan tentunya dengan pemanfaatan sosial media terkini agar produk dan wisata yang dimiliki dapat terlihat sehingga menjadi daya Tarik wisatawan untuk hadir dan beristirahat menikmati pemandangan alami pada Desa Sindang Panjang. Adapun komitmen tersebut akan dilaksanakan demi kemajuan masyarakat Desa Sindang Panjang dan Sekitarnya pada Kecamatan Tanjung Sakti Pumi.



Gambar 10. Foto Bersama

### Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan PKM yang dilaksanakan ini adalah masyarakat dapat mengenal Strategi Pemulihan Ekonomi Melalui Pemberdayaan Pelaku Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan memanfaatkan Ekonomi Digital dalam pemasaran produk dan pariwisata yang ada pada Desa Sindang Panjang Kecamatan Tanjung Sakti Pumi. Dalam kegiatan ini masyarakat diberikan materi cara strategi dalam pengenalan pemasaran pariwisata melalui konten singkat untuk promosi penjualan produk makanan dan minuman, souvenir, serta wisata alami yang dimiliki daerahnya.

Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi yang utama dalam kegiatan ekonominya. Kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai salah satu sektor ekonomi kreatif juga berdampak besar atas situasi pandemi ini, yang berakibat pada penurunan omset, penurunan order, dan penurunan pendapatan serta kendala-kendala lain terkait dengan kegiatan usaha seperti proses produksi, pemasaran, dan distribusi. (Evanthi et al., 2022)

Selain diperlukan ide dan kreativitas dari Sumber Daya Manusia, juga diperlukan pengetahuan keuangan, kemampuan seseorang untuk mengetahui dan menguasai segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah, teori dan konsep ekonomi berdasarkan dasar pengetahuan. (Suwarno et al., 2022)

Ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk menciptakan SDM berkualitas untuk meningkatkan keberhasilan UKM, meliputi aspek kualifikasi, Keterampilan, etos kerja, karakter, kesadaran akan pentingnya kualitas konsistensi dan Standarisasi produk dan perspektif perusahaan. UKM memiliki peran yang sangat penting Strategis terutama untuk mengurangi pengangguran dan mengatasi kemiskinan, karena UKM dapat menyerap tenaga kerja sehingga dapat memperkuat masyarakat dengan memperbanyak jumlahnya. UKM sangat

membutuhkan pelatihan karena meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UKM untuk mengembangkan usahanya.

Pelatihan kegiatan sosialisasi kepada Masyarakat Desa Sindang Panjang dalam hal ini ikut serta dalam upaya pemulihan ekonomi melalui kegiatan pendampingan dan dukungan produk masyarakat khususnya pemahaman *brand awareness* dan nilai tambah produk, serta pemberian e-learning terkait pemasaran Produk secara digital. melalui bazar atau *marketplace* pada media Facebook, whatsapp, twiter, Instagram, tiktok dan youtube.

Respon para pedagang di Desa Sindang Panjang terhadap kegiatan pelatihan strategi pemberdayaan ekonomi kreatif untuk merevitalisasi ekonomi masyarakat cukup baik dan sangat antusias. Ungkapan verbal dan nonverbal berupa pertukaran gagasan secara aktif, mempertanyakan sumber dan mengungkapkan pendapat dalam setiap materi yang disajikan menceritakan hal tersebut.

Selain itu diadakan *food test*, dimana setiap peserta yang mengikuti pelatihan di Desa Sindang Panjang juga membawa sample produk dari masing-masing UMKM, menunjukkan interaksi yang aktif antara pengusaha dan narasumber untuk meningkatkan kualitas produk agar berdaya saing dan dapat dioptimalkan menjadi penjualan dan penghasilan Pedagang di Desa Sindang Panjang, serta dapat mengapresiasi kegiatan amal ini karena dapat membantu mendorong pengembangan dan inovasi produk serta meningkatkan kesadaran merek dan pentingnya nilai tambah produk untuk bersaing dengan bisnis kuliner lain dengan produk serupa dan para Pelaku bisnis online yang terus tumbuh di tengah perubahan preferensi konsumen.

Salah satu faktor yang mengurangi penggunaan produk UMKM adalah para pengusaha belum melakukan pemasaran secara online. Mungkin beberapa UKM sudah memasarkan produknya secara online melalui media sosial, pameran dan lainnya. Namun dalam prakteknya masih belum optimal. Sehingga hasil yang diperoleh jauh dari optimal. Minimnya pengetahuan UMKM untuk beradaptasi dengan internet dan perkembangan teknologi menjadi tantangan dan persoalan yang perlu diatasi.

Dibutuhkan pihak di Desa Sindang Panjang untuk membantu sebuah UMKM dan produk wisata berkembang, dan pihak tersebut adalah pihak perbankan. Pihak ini membantu bisnis mendapatkan pinjaman dan terhubung dengan lembaga keuangan lainnya. dimana Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yaitu menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat, dan melakukan jasa-jasa lain dibidang perbankan atau dengan kata lain bank sebagai lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*), yaitu perantara antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak-pihak yang membutuhkan dana. (Andrialdo et al., 2022)

## Simpulan

Pemberdayaan masyarakat dengan pendampingan wirausaha di desa Sindang Panjang sebagai strategi penguatan industri kreatif setelah menyelesaikan pemulihan ekonomi masyarakat dan memperluas pengetahuan dan keterampilan. Para pengusaha di desa Sindang Panjang mengapresiasi kegiatan amal ini karena dapat membantu mendorong pengembangan dan inovasi produk serta meningkatkan kesadaran merek dan pentingnya nilai tambah produk untuk bersaing dengan bisnis kuliner lainnya dengan produk sejenis dan marketplace. Pelaku bisnis yang terus tumbuh di tengah perubahan preferensi konsumen.

Saran untuk kedepannya sebaiknya menggunakan strategi pemasaran digital mitra pengabdian, dipantau dengan pembinaan secara berkala, sehingga efektif dan optimal untuk mendukung UMKM dalam mendukung usahanya, pemasaran operasional, pemasaran wisata melalui media sosial dan dapat meningkatkan penjualan UMKM melalui pameran dan *marketplace* secara digital.

### Daftar Pustaka

- Andhika, F. (2020). *Agrowisata Sindang Panjang Geliatkan Ekonomi Warga dan IKM*. GlobalPlanet.News. <http://globalplanet.news/ekbis/27643/agrowisata-sindang-panjang-geliatkan-ekonomi-warga-dan-ikm>
- Andrialdo, A., Triharyati, E., Famalika, A., & Kesuma, I. M. (2022). *Analisis Return On Asset , Return On Equity , dan Net Profit Margin dalam Memprediksi Pertumbuhan Laba Pada Perbankan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia ( BEI )*. 4(2), 429–435. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2393>
- Evanthi, A., Rosyanti, D. M., Azhar, R. M., & ... (2022). Strategi Pemberdayaan Ekonomi Kreatif di Kampung Kue Surabaya Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Masyarakat di Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Leterasi*, 1433–1439. <https://jurnal.politap.ac.id/index.php/literasi/article/view/605%0Ahttps://jurnal.politap.ac.id/index.php/literasi/article/download/605/398>
- lifestyle.news. (2022). *Agro Wisata Tanjung Sakti Ramai Dikunjungi Masyarakat Saat Lebaran*. Mediarakyatnusantara.Online. <https://www.mediarakyatnusantara.online/2022/05/agro-wisata-tanjung-sakti-ramai.html>
- Menparekraf. (2022). *Wisata Alam Tanjung Sakti Bisa Jadi Penggerak Ekonomi Rakyat*. BAKOHUMAS. <https://bakohumas.palembang.go.id/blog/detil/menparekraf-wisata-alam-tanjung-sakti-bisa-jadi-penggerak-ekonomi-rakyat>
- Permata, E. (2020a). *Agro Wisata Sindang Panjang Tanjung Sakti Hidupkan UMKM*. Detik Sumsel. <https://detiksumsel.com/agro-wisata-sindang-panjang-tanjung-sakti-hidupkan-umkm/>
- Permata, E. (2020b). *Resmikan Agro Wisata Sindang Panjang, HD : Saya Lihat Biaya Pembuatannya Murah, Idenya yang Mahal*. Detik Sumsel. <https://detiksumsel.com/resmikan-agro-wisata-sindang-panjang-hd-saya-lihat-biaya-pembuatannya-murah-idenya-yang-mahal/>
- Sofiyana, M. S., Lestari, L. D., Triamini, M. H., Faizah, A. I., & Ardiyansyah, V. R. (2021). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan. *J. APTEKMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(4), 96–100. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/aptekmas/article/view/3556/1732>

- Susanti, A., Istiyanto, B., & Jalari, M. (2020). Strategi UKM pada Masa Pandemi Covid-19 (SMEs Strategy at Covid-19 Pandemic). *Karya Ilmiah Pengadain Masyarakat (KANGMAS)-Neolectura*, 1(2), 67–74. <https://journal.neolectura.com/index.php/Kangmas/article/view/50/36>
- Suwarno, S., Andrinaldo, A., Supriyanto, S., Kesuma, I. M., & Debsi, A. A. (2022). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude Terhadap Financial Behavior Dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Mediasi (Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Insan). *Jesya*, 5(2), 2643–2657. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.793>

