

Pemanfaatan Potensi Desa dan Penerapan Minapadi di Kawasan Pertanian Desa Janten, Kecamatan Temon, Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta

Alicia Geraldine Indah¹, Febria Noor Fitriaratna², Anak Agung Istri Agung Durupadi³, Ariel Timothy Partadarsana⁴, Baskoro Putro Samsudiarjo⁵, Nicholas Arvinto Cahya Aji⁶, Yulius Adi Cahyono⁷, Imaculata Vinda Gustisari⁸, Mailini Anthonia Nahadin⁹, Veronica Belinda Soriano¹⁰, Ignatius Indra Kristianto¹¹

Universitas Atma Jaya, Jl. Babarsari No.44, Janti, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta
Email: indra.kristianto@uajy.ac.id

Received 10 Agustus 2020; Revised -; Accepted for Publication 14 April 2021; Published 16 April 2021

Abstract — Janten Village is a village in Kulon Progo Regency which has a very wide agricultural potential. However, this potential has not been fully developed by the community in Janten Village. The largest agricultural sector in Janten is rice. The agricultural potential can then be marketed by selling to areas near tourism which have many restaurants, or by developing the land around the farm by doing Minapadi and explaining how to use Minapadi to become a tourist area through good marketing.

Keywords—Minapadi, Village marketing strategies, Cybermarketing

Abstrak— Desa Janten merupakan desa di Kabupaten Kulon Progo yang memiliki potensi pertanian yang sangat luas. Namun demikian, potensi tersebut masih belum dikembangkan oleh masyarakat di Desa Janten secara maksimal. Pertanian di Desa Janten yang paling besar adalah tanaman padi. Potensi pertanian tersebut kemudian dapat dipasarkan dengan cara menjual ke daerah dekat wisata yang banyak memiliki restoran, ataupun juga bisa dengan mengembangkan lahan disekitar pertanian tersebut dengan cara melakukan Minapadi serta menjelaskan bagaimana memanfaatkan minapadi menjadi sebuah Kawasan wisata melalui pemasaran yang baik.

Kata Kunci—Minapadi, Strategi Pemasaran Desa, Cybermarketing

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki keanekaragaman hayati dan non hayati yang melimpah. Terdapat beberapa potensi yang dapat dikembangkan dari kekayaan alam di Indonesia. Potensi tersebut berupa pertanian, perkebunan, peternakan, serta pariwisata. Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi besar dari kekayaan adalah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Kabupaten Kulon Progo merupakan salah satu kabupaten yang menjadi penggerak sektor pariwisata di DIY.[1] Berdasarkan data dari website resminya Kabupaten Kulon Progo memiliki beraneka ragam jenis wisata seperti wisata alam, wisata budaya, wisata minat khusus, wisata buatan, kerajinan dan lain-lain. Salah satu jenis wisata yang paling banyak di Kulon Progo adalah wisata alam yang juga merupakan tujuan wisata favorit sebagian besar masyarakat, baik dari dalam maupun dari luar kota.

Kekayaan alam yang dimiliki oleh tiap desa di Kabupaten Kulon Progo tentu berbeda-beda, seperti halnya di Desa Janten, Kecamatan Temon. Desa Janten merupakan desa di

Kabupaten Kulon Progo yang memiliki potensi pertanian yang sangat luas. Namun demikian, potensi tersebut masih belum dikembangkan oleh masyarakat di Desa Janten secara maksimal. Pertanian di Desa Janten yang paling besar adalah tanaman padi. Potensi ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan sektor perekonomian serta menciptakan branding tersendiri bagi Desa Janten. Potensi pertanian tersebut kemudian dapat dipasarkan dengan cara menjual ke daerah dekat wisata yang banyak memiliki restoran, ataupun juga bisa dengan mengembangkan lahan disekitar pertanian tersebut dengan cara melakukan Minapadi.

Maka dari itu, untuk memajukan kesejahteraan masyarakat di Desa Janten, Kecamatan Temon, Kabupaten Kulon Progo. Maka kami, penulis, ingin membantu masyarakat Desa Janten untuk bisa menemukan serta mengembangkan segala potensi yang terdapat di desa Janten demi meningkatkan kesejahteraan warga. Selain itu, melihat potensi perikanan di Desa Janten yang sangat besar, penulis terdorong untuk membuat pembelajaran mengenai pengolahan hasil perikanan yang dimiliki oleh Desa Janten.

II. METODE PENGABDIAN

A. Waktu Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan dengan menggunakan metode yang berbeda yaitu dengan KKN Society 5.0 yang pelaksanaannya tidak diterjunkan dilapangan, melainkan pelaksanaannya secara virtual menggunakan media sosial.

B. Materi Penulisan

Penulisan ini bersifat analisis dan deskriptif yang bertepatan pentingnya akuntansi dalam bisnis yang berguna bagi para pelaku dan calon pelaku usaha di Desa Janten Kecamatan Temon Kulon Progo, agar semakin sadar akan pentingnya akuntansi dan pengelolaan manajemen keuangan didalam usaha, demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kesejahteraan karyawan agar dapat semakin berkembang menjadi lebih besar dan dapat bersaing dikancah nasional dan internasional

C. Sasaran Penulisan

Sasaran kegiatan ini adalah masyarakat Desa Janten Kecamatan Temon Kabupaten Kulon Progo Yogyakarta sebagai lokasi pengabdian yang dilaksanakan secara daring atau virtual tanpa langsung diterjunkan ke tempat yang bersangkutan.

D. Sumber Data

Sumber data diperoleh dari website Desa Janten untuk informasi yang berhubungan dengan data kependudukan dan visi misi. Pada penulisan dasar teori yang disusun berdasarkan pada buku, jurnal, maupun laman web dari internet yang mendukung dalam pembuatan makalah ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penulisan laporan ini adalah teknik observasi. Karena observasi tidak dapat dilakukan secara langsung, maka dilakukan observasi melalui internet dengan mengumpulkan berbagai informasi yang ada lalu mengembangkannya menjadi sebuah laporan.

F. Software Yang Digunakan

Dalam penulisan makalah ini, penulis memanfaatkan empat jenis perangkat lunak untuk menunjang perancangan dan pengolahan laporan, yaitu *Microsoft Word*, *Canva*, *Mendeley* dan *Turnitin*.

III. HASIL DAN PEMBAHAAN

3.1 Hasil

3.1.1 Potensi Desa

3.1.1.1 Profil Desa

Desa Janten merupakan desa yang berada di Kecamatan Temon, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa ini terdiri dari 327 kepala keluarga, yang tersebar di lima padukuhan: Tegalsari, Tegalrejo, Janten, Dukuh, dan Jomboran. Kelima dukuh ini terbagi lagi menjadi 9 RT dan 16 RW. Desa Janten memiliki visi yaitu "Upaya terwujudnya Desa Janten yang mandiri yang berbasis ekonomi kerakyatan dan pengembangan potensi lokal, bercirikan religius dan semangat gotong royong dengan dukungan teknologi informasi." Dalam mencapai visinya, Desa Janten juga memiliki misi yang terbagi menjadi 8 poin [2]:

- a. Meningkatkan kemampuan Desa menjawab persoalan kebutuhan dasar masyarakat yang meliputi kebutuhan kesehatan, pangan, pendidikan dan keamanan menuju desa mandiri disinergikan dengan RPJMD distruktur pemerintahan di atasnya.
- b. Meningkatkan pendapatan asli dengan meningkatkan PERUMDES ditengah-tengah masyarakat dan menggali potensi lokal lainnya.
- c. Meningkatkan peran serta/partisipasi masyarakat dalam pembangunan Desa Janten.
- d. Meningkatkan mutu pelayanan kepada masyarakat.
- e. Fasilitasi Pemerintah Desa dalam mendorong kegiatan spiritual kemasyarakatan berbasis masjid/musholla dan pondok pesantren.

- f. Fasilitasi dan motivasi pemberdayaan ekonomi kerakyatan kerja sama dengan multipihak.
- g. Fasilitasi pengembangan pendidikan (formal dan non formal) bersinergi dengan lingkungan (berbasis masyarakat) dalam pemberdayaan perpustakaan desa.
- h. Fasilitasi Pemerintah Desa dalam menggali dan pengembangan pelestarian seni budaya.

3.1.1.2 Struktur Aparatur Desa

Pemerintahan Desa Janten diatur oleh 12 orang aparatur desa, dengan Kepala Desa Fahrudin, S.Ag. Aparatur Desa Janten terdiri dari Lurah, Carik, Panata Laksana Sarta Pangripta, Danarta, Jagabaya, Ulu-ulu, Kamituwa, serta lima orang dukuh untuk masing-masing padukuhan. Lurah adalah sebutan lain untuk Kepala Desa pada Desa Janten, yang dijabat oleh Fahrudin S.Ag. Carik dijabat oleh Ahmad Rifaudin. Jabatan Panata Laksana Sarta Pangripta ditempati oleh Sumarwanto. Danarta dijabat oleh Sudarmanto. Jagabaya dijabat oleh Ir. Suharto. Ulu-ulu Desa Janten adalah Basirun, dengan kamituwa Ambyah. Kelima dukuh pada Desa Janten untuk padukuhan Tegalrejo, Tegalsari, Janten, Dukuh, dan Jamboran berturut-turut adalah Suroji, Suharsa, Syamsul Hilal. Suhartono, dan Alfian[3]

3.1.1.3 Lokasi Geografis

Secara geografis, Desa Janten terletak di dataran rendah dengan ketinggian hingga 100 mdpl. Batas-batas desa Janten bagian Barat, Utara, Timur, dan Selatan secara berturut-turut adalah Kalurahan Karangwuluh, Kapanewon Temon; Kalurahan Hargomulyo, Kapanewon Kokap; Kalurahan Kebonrejo, Kapanewon Temon; dan Kalurahan Palihan, Kapanewon Temon. Desa Janten dikelilingi sawah serta sumber perairan yang cukup banyak[4]

3.1.1.4 Pekerjaan

Sebagian besar masyarakat Desa Janten memanfaatkan sumber daya alam yang ada, yaitu sawahnya. Maka pekerjaan sebagian besar warga Desa Janten adalah petani. Pendapatan mayoritas masyarakat bergantung pada hasil pertanian[4]

3.1.1.5 Pariwisata

Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu dari suatu tempat ke tempat lain secara terencana. Pariwisata ini memiliki berbagai macam tujuan, diantaranya [4]:

- a. Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan dan meningkatkan mutu obyek dan daya tarik wisata.

- b. Memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa.
- c. Memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja.
- d. Meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan, kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.
- e. Mendorong pendayagunaan produksi nasional

3.1.1.6 Minapadi

Minapadi dipilih sebagai cara yang kami anggap tepat jika dilakukan di Kalurahan Janten, Kulon Progo karena berdasarkan analisis yang sudah dibuat, Kalurahan Janten merupakan desa dengan presentase lahan sawah yang cukup besar di daerah Kulon Progo dan akses aliran air yang cukup memungkinkan untuk dilakukan budidaya padi dengan sistem minapadi ini. Teknik ini sendiri memiliki cukup banyak manfaat dan dapat dijadikan sebagai sumber tambahan pendapatan dan meningkatkan pertumbuhan padi karena selain padi yang kita tanam, kita juga menyebar bibit ikan konsumsi di area tepi persawahan sebagai tempat pertumbuhan ikan dan hal tersebut dapat juga dimanfaatkan sebagai pengganti pupuk kimia karena pupuk yang dihasilkan berasal dari kotoran ikan yang terkandung dalam air tersebut. Teknik yang digunakan untuk melakukan budidaya minapadi sebagai berikut:

1. Persiapan Lahan[5]
 - a. Pengolahan Tanah dengan kedalaman 15-20 cm dengan perbandingan lumpur dan air 1:1
 - b. Pematang sawah dibuat kokoh supaya tidak mudah bocor dan longsor
 - c. Ukuran lebar dasar pematang 40-50 cm, lebar atas 30-50 cm
2. Wadah Minapadi
 - a. Wadah pembesaran berupa petakan sawah yang mampu menampung air
 - b. Wadah dapat dikeringkan dengan sempurna
 - c. Pintu air masuk dan keluar terpisah
 - d. Dasar caren miring ke arah saluran pengeluaran;
 - e. Luasan petakan sawah minimal 500 m²
 - f. Pematang harus kuat untuk menahan air minimal 30 cm dari pelataran sawah dengan lebar minimal 50 cm;
 - g. Lebar caren minimum 1,5 m dengan kedalaman dari pelataran minimum 0,5m
 - h. Ukuran kobakan minimum 1,5 m x 1,5 m x 0,5 m.
3. Pemilihan Benih Ikan

Benih ikan yang digunakan yaitu harus memilih benih yang berkualitas dan mempunyai nilai ekonomis yang tinggi dalam hal ini jenis ikan yang cocok digunakan yaitu ikan-ikan konsumsi seperti

ikan nila, ikan mas, dan tentu saja ikan lele yang banyak digemari masyarakat[6]

4. Pemilihan Benih Padi

Contoh varietas padi yang cocok digunakan untuk sistem budidaya minapadi yaitu[7]:

- a. Varietas inpari 14 pakuan
- b. Varietas inpari 15 parahyangan
- c. Varietas inpari 16 pasundan

3.1.2 Buku Saku Pemasaran

3.1.2.1 Definisi Pemasaran

Pemasaran berasal dari kata dasar "Pasar" yang menurut KBBI artinya tempat orang-orang yang melakukan kegiatan jual-beli, Sehingga pemasaran merupakan proses atau cara yang biasa dilakukan seseorang untuk mempromosikan dan menyebarkan dagangan maupun produk yang dijualnya. Pengertian pemasaran menurut Kotler (1997:8) adalah Suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain[8].

3.1.2.2 Pentingnya Pemasaran

Pemasaran dirasa sangat penting, karena akan sangat disayangkan kalau produk dari desa sudah diproduksi dan siap dijual untuk dikonsumsi namun para masyarakat luar belum mengetahui tentang eksistensi produk yang ingin dipasarkan tersebut[9]. Pemasaran yang dimaksud ini bukan hanya pada makanan, minuman atau pernak aksesoris saja, namun dapat juga berupa potensi desa yang ada, seperti sebagai wisata alam, wisata air, berbagai lahan yang luas serta udara yang sejuk, dan masih banyak yang lainnya. Pentingnya pemasaran dalam hal ini untuk memajukan perekonomian suatu desa.

3.1.2.3 Cara Pemasaran

- a. Melakukan analisis pasar (perkiraan) [10]

Memiliki tujuan untuk mengetahui gambaran kondisi di pasaran terkini, apakah memiliki peluang untuk penjualan. Selain itu calon pealku usaha juga harus tau dimana saja area yang merupakan pasar penjualan barangnya.
- b. Menjadikan produk untuk tester

Menggunakan beberapa produk untuk dijadikan tester atau percobaan sebagai pengenalan produk secara lebih luas dengan tujuan agar produk lebih diingat dalam pasar
- c. Memberikan promo yang menarik bagi pangsa pasar

Promo dapat dalam bentuk apa saja seperti: pengantaran produk (delivery) diberikan potongan harga apabila berbelanja lebih dari Rp 150.000[11]. Banyak yang mengira bahwa

memberikan promo hanya sekedar memberikan keuntungan peningkatan dalam penjualan. Padahal sebenarnya promo juga memberikan promosi terhadap produk kita kepada pelanggan baru, jadi dengan adanya promo ini kesempatan untuk menarik pelanggan baru pun akan semakin besar

d. Menentukan target pasar

Target pasar dan para konsumen yang harus ditata dengan baik agar saat pengenalan produk, tidak keluar dari target pasar dan calon konsumen.

3.1.2.4 Prinsip Pemasaran

a. Produk[12]

merupakan barang yang ditawarkan ke dalam pasaran untuk dimiliki, dipakai, diperhatikan atau dikonsumsi oleh konsumen sehingga dapat berguna sesuai kebutuhan

b. Harga

Sejumlah uang yang dibayarkan untuk mendapatkan barang maupun jasa yang digunakan konsumen untuk menukarkannya dengan keuntungan mendapatkan barang atau jasa

c. Tempat

lokasi atau fasilitas yang menjadi salah satu faktor penting dan berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa karena lokasi berkaitan dengan pasar potensial penyedia jasa

d. Promosi

unsur-unsur dalam bauran pemasaran yang digunakan untuk membujuk, mengumumkan, memberitahu dan mengingatkan produk atau jasa dan dalam bentuk komunikasi.

3.1.2.5 Contoh Pemasaran Untuk Desa Janten

Dalam hal ini, contoh pemasaran di Desa Janten yang bisa diterapkan:

1. Pengolahan lahan berpotensi menjadi tempat wisata

Pengolahan lahan Desa Janten dapat dilakukan dengan menerapkan “Minapadi”. Dalam penerapannya dapat dikembangkan menjadi tempat *spot* foto bagi pengunjung (sawah maupun pantai) dan untuk proses pemasaran, Pemerintah Daerah dapat melakukan kerjasama dengan public figure social media daerah yang terkenal untuk mempromosikan desa Janten.

2. Pengolahan hasil tani untuk dikemas kembali

Desa Janten terkenal dengan memiliki lahan pertanian yang luas, yaitu hasil padinya. Hal ini sangat berpotensi untuk dijual di sekitar pantai yang memiliki peluang datangnya wisatawan yang akan berwisata daerah pantai atau mendistribusikan padi untuk daerah sekitar Desa Janten. Mengingat Kulon Progo secara geografis cukup jauh dari perkotaan, maka akan sangat baik jika pemerintah dan warga Desa Janten memanfaatkan kondisi ini untuk dapat memajukan perekonomian desa Janten.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan-tujuan yang tercantum, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Memajukan Desa Janten, Kecamatan Temon, Kulonprogo dengan inovasi strategi pemasaran Minapadi.
2. Meningkatkan perekonomian warga Desa Janten, Kecamatan Temon, Kulonprogo dengan cara tidak hanya menjual hasil pertanian namun sekaligus hasil ikan dalam strategi Minapadi.
3. Membuka peluang lapangan kerja baru warga Desa Janten, Kecamatan Temon, Kulonprogo seperti pengolahan ikan, pendederan bibit ikan dan pemasaran ikan.
4. Meningkatkan pariwisata setempat dengan cara pemanfaatan lahan secara tumpang sari tanaman padi dan ikan di persawahan sehingga ikan dapat dimanfaatkan seperti membuka rumah makan yang menyediakan fasilitas pemancingan.

UCAPAN TERIMAKASIH (HEADING 5)

Dalam pembuatan laporan kelompok KKN ini kami mendapatkan bantuan serta bimbingan, sehingga kami ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kami hikmat serta kesehatan selalu dalam proses KKN-78 secara daring ini.
2. Orang tua yang selalu mendukung kami.
3. Serta teman-teman kelompok 75 yang saling membantu.

DAFTAR PUSTAKA (HEADING 5)8FONT

- [1] N. Savira, “Analisis Sektor Pariwisata DIY,” 2018, [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/158612912.pdf>.
- [2] “Desa Janten.” <http://janten-kulonprogo.desa.id/index.php/first/artikel/2> (accessed Nov. 21, 2020).
- [3] “DATA APARATUR DESA : SIAPDES,” *Sist. Inf. Manaj. Apar. Pemerintah Desa*, 2016, [Online]. Available: <http://siapdes.kulonprogokab.go.id/siapdes/aparatur.php>.
- [4] admin, “Desa Janten 2019,” [Online]. Available: <http://janten->

- [5] kulonprogo.desa.id/index.php/first.
D. J. P. B. Indonesia, *PETUNJUK TEKNIS SARANA BUDIDAYA MINAPADI*. KKP_Direktorat Jendral Perikanan Budidaya, 2016.
- [6] D. Handojo and N. J., *USaha Tani Padi Ikan Itik Disawah*, 2nd ed. Jakarta, 1991.
- [7] B. Suprihatno *et al.*, "VARIETAS PADI," *DESKRIPSI Var. PADI*, 2009, [Online]. Available: <http://lampung.litbang.pertanian.go.id/ind/images/stories/publikasi/deskripsipadi.pdf>.
- [8] "Pemasaran," [Online]. Available: <https://eprints.uny.ac.id/8751/3/bab2-09410131009.pdf>.
- [9] F. Rasam and A. Interdiana, "PERAN PEMASARAN Dalam KEGIATAN USAHA Pada MASYARAKAT Di DESA JATIBARU CIKAMPEK," *J. Appl. Bus. Econ. Vol. 5 No. 2 (Des 2018)* 82-96, 2018, [Online]. Available: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj97N2ho6ftAhUU6nMBHV86DpQQFjACegQIARAC&url=https%3A%2F%2Fjournal.ppmunindra.ac.id%2Findex.php%2FJABE%2Farticle%2Fdownload%2F3341%2Fpdf&usg=AOvVaw2SVf9PghsbfR8Wus-PRYx9>.
- [10] "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)," *Adm. Bisnis*, vol. 29, 2015, [Online]. Available: <https://media.neliti.com/media/publications/86529-ID-analisis-strategi-pemasaran-untuk-mening.pdf>.
- [11] B. Supradono, "STRATEGI PEMASARAN LEWAT INTERNET (CYBERMARKETING).," *unimus*, [Online]. Available: <https://media.neliti.com/media/publications/22807-ID-strategi-pemasaran-lewat-internet-cybermarketing.pdf>.
- [12] E. Yogi and aep ruhandi, "STRATEGI PEMASARAN PENGEMBANGAN INVESTASI BISNIS KOMPONEN BAHAN BAKU," *J. Manaj. Bisnis*, vol. 81, pp. 105–114, 2019.

PENULIS (HEADING 5)



Alicia Geraldine, Prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Febria Noor Fitriaratna, Prodi Biologi, Fakultas Teknobiologi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Anak Agung Istri Agung Durupadi, Prodi Arsitektur, Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Ariel Timothy Partadarsana, Prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



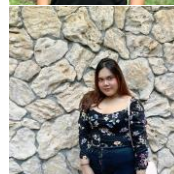
Baskoro Putro Syamsudiarjo, Prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Nicholas Arvinto Cahya Aji, Prodi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Yulius Adi Cahyono, Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Imaculata Vinda Gustisari, Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Mailini Anthonia Nahadin, Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Veronica Belinda Soriano, Prodi Biologi, Fakultas Teknobiologi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Ignatius Indra Kristianto, Prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Artikel dikirim 10 Agustus 2020

Diterbitkan pada 16 April 2021.