

Peran UMKM Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran Masyarakat Di Era Vuca

Indrawan Syah

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

E-mail: indrawansyah2002@gmail.com

Wahyu Eko Pujiyanto

Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

E-mail: wahyueko.mnj@unusida.ac.id

Abstract. MSMEs are one way to improve the economy in a country, especially Indonesia. UMKM is a business that can survive in all conditions. In its development, UMKM has one of the benefits of reducing unemployment. This study uses a qualitative method supported by a literature review. This study aims to analyze one of the SMEs in Indonesia, especially in the Sidoarjo sub-district in the Banana Aroma Various Flavor business. Where the results of this research were obtained by the presence of UMKM Aroma Aneka Rasa bananas which can reduce unemployment rates.

Keywords: MSMEs, Economy, Pisang Aroma, VUCA, Unemployment

Abstrak. UMKM merupakan salah satu cara daam meningkatkan ekonomi di suatu negara khususnya Indonesia. UMKM merupakan salah satu usaha yang dapat bertahan dalam segala kondisi. Dalam perkembangannya UMKM memiliki salah satu manfaat dalam menngurangi pengangguran. Penelitian ini meggunakan metoode kualitatif dengan didukung tinjauan literature. Pada penelitian ini bertujuan dalam mengalisis salah satu UMKM di Indonesia khususnya pada kecamatan Sidoarjo pada usaha Pisang Aroma Aneka Rasa. Dimana hasil penellitian ini didapatkan dengan adanya UMKM pisang Aroma Aneka Rasa ini dapat mengurangi angka pengangguran.

Kata kunci: UMKM, Ekonomi, Pisang Aroma, VUCA, Pengangguran

PENDAHULUAN

Berdasarkan data dari Band Dunia dimana perekonomia dunia tumbuh sekitar 2,5% pada tahun 2020 Namun berbanding terbalik dengan tahun 2019 dimana perekonomian dunia mengalami penurunan dan berdampak pula bagi berbagai negara yang berada di kawasan Asia Pasifik hal ini dikarenakan perang dagang antara Amerika Serikat serta China. Beberapa negara yang terkena dampaknya ialah China dan Kamboja mengalami penurunan sebesar 0,5%, Indonesia mengalami penurunan sebesar 0,2 %, sedangkan Malaysia mengalami penurunan sebesar 0,1% serta negara lain yang masih berada di kawasan Asia Pasifik namun penurunan ini tidak berdampak pada Korea Selatan (Humaidi et al., 2022). Pada sebuah negara sektor ekonomi merupakan salah satu hal yang sangat penting dimana

Received Mei 30, 2023; Revised Juni 02, 2023; Accepted Juli 01, 2023

* Indrawan Syah, indrawansyah2002@gmail.com

denngan ekonomi yang maju akan menjadikan kemajuan daam sektor pembangunan pula (Sari et al., 2022).

Dalam meningkatkan sektor ekonomi di tengah keterpurukan ekonomi global makan UMKM menjadi solusi dalam hal ini (Ahmad, Guntur Eko Saputro, 2022). Berdasarkan data yang didapatkan dari Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah bahwa usaha UMKM telah mencapai 62.9 juta unit yang mana 89% UMKM yang ada di Indonesia bergerak di sektor mikro hal ini kemudian berdampak cukup besar dalam jumlah menngurangi penganguuran karena adanya serapan tenaga kerja (Bagus et al., 2023). UMKM di Indonesia harus lebih ditingkatkan hal ini dapat dilakukan secara terstruktur, terencana serta yang paling penting adalah secara berkelanjutan(Srijani, 2020). Dalam perkembangan produk UMKM diperlukan marketing penjualan yang baik sehingga produk UMKM dapat lakku di pasaran(Sasongko et al., 2021). UMKM di Indonesia merupakan salah satu sektor usaaha yang kemudia dapat bertahan di tahun 1998 pada saat terjadinya krisis moneter hal ini berbanding terbalik dengan usaha besar yang kebanyakan dar mereka gulung tikar (Sri et al., 2019). Pada era VUCA memaksakan semua sektor bisnis kearah ketidak pastian namun era ini membuat para pelaku bisnis terutama UMKM untuk dapat terus berjuang (Okta Karneli et al., 2022). VUCA merupakan singkatan dari volatile, uncertain, complex and ambiguous (VUCA) dimana pada kondisi ini seluruh bisnis menghadapi ketidakpastian (Joshi et al., 2020)

UMKM atau yang dikenal sebagai Usaha Mikro Kecil Menengah dapat diartikan sebagai usaha yang kemmudia menghasilkan keuntungan dimana pemilik atau pengusaha UMKM ini berasal dari perusahaan independent atau milik perorangan (Jam'iyatuzzulfiyyah, 2021). Sehingga dalam hal ini UMKM dipercaya dapat berperan demgan pelayanan secara luas dalam bidang ekonomi terhadap masyarakat, menciptakan adanya stabilitas ekonomi nasional, serta berperaan dalam pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat (Sarwono, 2015).

Meskipun UMKM sudah sangat didukung oleh pemerintah namun pelaksanaan UMKM nyatanya masih mennghadapi bebrapa halangan diantaranya adalah kurangnya kemampuan SDM di Indonesia dalam mengelola hasil alam. Modal usaha yang sangat terbatas dan pemasaran yang cukup minim jangkauannya (Wibawa & Anggitaria, 2020). Dimana pemasaran yang masih terkendaa perlu segera dicarikan solusinya yaitu dengan memanfaatkan media digital dimana dengan catatan bahwa para pemesan yang berasal dari luar pulau di Indonesia dapat tertarik dengan produk UMKM (Narto & HM, 2020). Untuk membuat UMKM menjadi lebih maju perlu adanya evaluasi yang dilakukan, evalluasi

dilakukan terhadap pencapaian hasil. Jika ditemukan kelemahan dalam evaluasi perlu dilakukannya perbaikan konsep (Sanjaya & Nuratama, 2021). Dalam membangun suatu usaha maka selaku pelaku usaha diperlukan pengamatan situasi yang terjadi pada daerah yang ingin dijadikan sebagai tempat berdagang (Scott, 2017). Pemberdayaan UMKM dalam prosesnya dapat tercapai melalui adanya pendekatan pemberdayaan atau yang sering disebut sebagai Strengthening, Enabling, Supporting, Protecting serta maintaining (Sulistiyono et al., 2022). UMKM yang telah berkembang dalam bisnis dapat dengan mudah menjadi pengeksport produk UMKM yang dimiliki (SHARAN, 2014).

Penelitian ini bertujuan dalam menganalisis peran UMKM dalam mengurangi tingkat pengangguran masyarakat di era VUCA dengan usaha pisang aroma aneka rasa.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan konsep metode kualitatif yang didukung dengan tinjauan literatur. Konsep dari penelitian ini dengan melakukan observasi lapangan dan juga wawancara terhadap salah satu bisnis UMKM di Sidoarjo, Jawa Timur. Tidak hanya melakukan wawancara secara langsung, penulis melakukan observasi tinjauan lapangan dengan melakukan analisis bisnis UMKM tersebut secara rinci. Adapun bahan penunjang penelitian yaitu alat dokumentasi untuk mendokumentasikan bisnis UMKM yang dijadikan sampel penelitian, pena dan buku catatan yang berisi pertanyaan mengenai seputar UMKM. Sampel yang digunakan peneliti dalam menganalisis akan peranan UMKM dalam mengurangi tingkat pengangguran masyarakat di era VUCA dengan meneliti usaha pisang aroma aneka rasa dan lokasi yang diambil peneliti sebagai objek adalah area Sidoarjo, Jawa Timur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek yang diambil peneliti yaitu jenis UMKM bidang informal kaki lima yaitu bisnis Pisang Aroma Aneka Rasa yang terletak di sepiantaran jalan kelurahan Celep, Sidoarjo, Jawa Timur. Adapun peta lokasi usaha yaitu sebagai berikut.

Gambar.1. Peta Kelurahan Celep



Sumber: Map Data Kelurahan Celep 2023

Sektor UMKM di Indonesia berkisar 56.534.592 dalam data Badan Pusat Statistik tahun 2013, dan tingkat penyerapan tenaga kerja tertinggi adalah 107.657.509 orang. Melihat data ini menunjukkan bahwa UMKM adalah sektor penting untuk lapangan kerja dan ekonomi, karena mereka menyerap banyak pekerja menengah ke bawah dan menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia (Ilmi, 2021). Dengan data tersebut dapat dipastikan bahwa UMKM merupakan salah satu penopang ekonomi di Indonesia yang stabil.

Salah satu UMKM yang paling digemari masyarakat dan mampu menghasilkan omzet yang lumayan besar adalah penjual pisang goreng dengan menyajikan variasi baru penambahan topping rasa yang beragam. Adapun objek yang diteliti menyediakan varian rasa coklat, keju, ketan hitam, kacang hijau, tape, nanas, strawberry dan rasa lainnya. Analisis usaha yang mencakup kesediaan bahan baku yang digunakan yaitu pisang yang didapatkan secara kolektif melalui penyediaan dari petani pisang langsung atau dibeli dipasar dengan harga yang relative murah. Diperkirakan pedagang pisang goreng tersebut sudah cukup berpengalaman dan memiliki kemampuan yang cakap dalam menjalankan usahanya. Walau masih menggunakan teknologi pengolahan yang manual dan cukup sederhana pengusaha UMKM ini menghasilkan produk yang tidak begitu besar. Target pasar yang ditawarkan cukup strategis karna lokasi penjualan terletak di pinggir jalan dan menarik orang yang berlalu Lalang untuk membelinya. Target penjualan juga bisa untuk semua kalangan usia baik dari anak – anak, remaja, dewasa bahkan sampai lansia.

Permintaan akan produk tumbuh di pasar mendorong produsen pisang goreng aneka rasa untuk menambah produknya, misalnya menjelang Ramadan dan Lebaran. Secara harfiah, usaha pisang goreng dengan varian rasa ini akan berkembang jika diimbangi dengan banyaknya permintaan dan terlebih lagi produk yang diproduksi harus selalu tersedia dalam jumlah dan kualitas yang cukup sesuai permintaan konsumen (Susanto, 2019).

Gambar 2. UMKM Pisang Goreng Aneka Rasa



Sumber: Dokumentasi Observasi Lapangan Oleh Penulis

Sejak dampak pandemi Covid-19 yang menyebabkan kemerosotan ekonomi di Indonesia, terutama pedagang kecil UMKM yang mengakibatkan sepi pembeli. Dengan acuan masalah tersebut memunculkan ide untuk dapat menyesuaikan situasi dengan dukungan jualan melalui digitalisasi. UMKM yang menginginkan lebih baik dari kompetitor selama ini.

Ekonomi digital pasca pandemi COVID-19 harus mampu membangun model bisnis yang beradaptasi dengan pasar digital. Untuk bertahan hidup, UMKM yang memutuskan untuk bertahan hidup secara alami mencari dan menerapkan strategi yang dipandu oleh prinsip-prinsip kewirausahaan. Proses bisnis untuk menciptakan keunggulan kompetitif mengarah pada kondisi pasar yang disebut VUCA atau *Volatility, Uncertainty, Complexity*, dan juga *Ambiguity*. Dengan *Volatility* mendeskripsikan kondisi lingkungan berdagang. Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwasannya UMKM pisang goreng aneka rasa di pasarkan di pinggir jalan yang di tafsirkan cukup strategis dan mampu menarik pelanggan dari pengguna jalan. Tidak hanya itu konsep digitalisasi juga harus dikembangkan pada usaha ini. *Uncertainty* mendeskripsikan permasalahan yang muncul baik dari segi persaingan era digital, konsep yang sama dengan penjual pisang goreng lainnya dan kurangnya sistem promosi. *Complexity* mendeskripsikan kekacauan yang saling terkait dan ambiguitas

mendesripsikan kekurangan informasi oleh konsumen karena pola perilaku konsumen yang berubah diiringi situasi (Karneli et al., 2022).

Pengobservasian yang dilakukan peneliti membahas seputar mengapa si pelaku UMKM tertarik dengan perkembangan bisnisnya tersebut, konsep promosi dan pemberlakuan tenaga kerja, rencana pengembangan UMKM dan penarikan lebih banyak tenaga kerja dalam mengembangkan usaha, strategi membantu pengurangan pengangguran di daerah tersebut, pendapatan per hari dan perbulannya serta mengenai konsep pengembangan dan pembukaan cabang usaha. Usaha UMKM tersebut masih tunggal dan masih menggunakan satu karyawan saja. Namun hal tersebut juga sudah membantu pengurangan pengangguran di daerah Celep. Sidoarjo. Perencanaan yang dilakukan usahawan dengan pemikiran rencana bisnis yang lebih matang dan bertujuan jangka Panjang sesuai dengan strategi pemasaran yang diterapkan, mengembangkan pelayanan formal, dan strategi pengembangan hasil uang juga menghindari konsep yang sama dengan pesing bisnis UMKM tersebut. Pengembangan keunggulan kompetitif baik dari segi kualitas produk, harga yang berani bersaing pelayanan yang unggul dan menginovasikan kembali varian produk mampu meningkatkan bisnis UMKM ini untuk kedepannya. Selain itu membangun citra usaha sangat perlu dilakukan menggunakan *platform* jejaring digital untuk mempromosikan bisnis UMKM pisang goreng varian rasa tersebut. Mendesain logo dan merk yang lebih mumpuni karena branding yang baik mampu menarik target konsumen. Tidak hanya itu, menjalin mitra dengan usahawan lain juga dibutuhkan dengan memiliki visi dan misi yang sama serta tidak jauh dengan konsep usaha pisang. Dalam melakukan penjualan harus bersikap ramah kepada pelanggan dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan serta menonjolkan citra positif di mata masyarakat. Fungsi karyawan dalam usaha ini tidak hanya sekedar membuat pisang goreng, namun harus mampu melakukan promosi jejak digital dan memanfaatkan teknologi sebaik mungkin. Dengan mengoptimalkan konsep dan branding pisang goreng aneka varian baik dari *facebook*, *Instagram*, *tiktok* dan lain sebagainya. Dengan menerapkan sistem *photoshoot* dan juga konten kreatif. Penambahan karyawan untuk jangka panjang memang terpikir oleh pemilik usaha namun untuk saat ini belum dapat dilakukan karena masih cukup menangani pembeli. Tetapi rencana kedepannya untuk membuka cabang baru sangat terkonsep oleh pemilik UMKM pisang goreng varian rasa dan disitulah perekrutan tenaga kerja diperbesar lagi.

Omzet yang dihasilkan dari penjualan pisang goreng varian rasa tergolong cukup tinggi yaitu berkisar Rp. 400.000 perharinya dan menembus sekitar 12 juta dalam perbulannya. Dengan rincian biaya perbelanjaan sebagai berikut.

Tabel 1. Biaya Perbelanjaan Pisang Goreng Aneka Rasa

No	Kategori	Jumlah/bulan	Harga (Rp)
1.	Pisang	80-90 tandan	1,800.000
2.	Tepung	2—3 karung	777.000
3.	Minyak	3 dus	720.000
4.	Bahan lainnya	Secukupnya	1,200.000
5.	Tenaga Kerja	2 orang	3,600.000
Jumlah			7,017.000

Sumber: Analisis Data Wawancara

Berdasarkan hasil data pendapatan kotor penjual pisang goreng perbulannya berkisar 12 juta dan pengeluaran perbulannya berkisar 7 juta maka keuntungan bersih pemilik pisang goreng aneka rasa dalam perbulan yaitu sekitar 4 juta. Omzet dari penghasilan tersebut tergolong cukup besar untuk golongan UMKM jenis informal.

Dengan menganalisis keunggulan usaha UMKM ini mengikuti perkembangan zaman yaitu berdasarkan VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity*). Istilah VUCA pertama kali diciptakan selama Perang Dingin di *US Army War College*. Saat itu, dunia menghadapi volatilitas, kebebasan, kompleksitas, dan ambiguitas yang tinggi. Sejak saat itu, istilah VUCA menjadi akronim populer untuk menilai kecocokan suatu perusahaan atau pasar untuk meluncurkan produk baru, memasuki pasar baru, dan meluncurkan inisiatif penting lainnya di antara para pemimpin strategi bisnis. Ini menawarkan kepada manajer kesempatan untuk memenuhi tantangan volatilitas, kebebasan, kerumitan dan ambiguitas di perusahaan mereka (Rokhmah et al., 2022).

Gambar 3. UMKM Pisang Goreng Aneka Rasa



KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan yang dapat diambil penulis dari bisnis UMKM pisang goreng aneka rasa dengan melihat peluang bisnis yang sangat strategis dan sangat menguntungkan dan dapat berperan besar dalam pemakaian tenaga kerja sehingga bisa mengurangi pengangguran yang ada di daerah Celep, Sidoarjo Jawa Timur. penjual pisang goreng dengan menyajikan variasi baru penambahan topping rasa yang beragam. Adapun objek yang diteliti menyediakan varian rasa coklat, keju, ketan hitam, kacang hijau, tape, nanas, strawberry dan rasa lainnya. Analisis usaha yang mencakup kesediaan bahan baku yang digunakan yaitu pisang yang didapatkan secara kolektif melalui penyediaan dari petani pisang langsung atau dibeli dipasar dengan harga yang relative murah. Diperkirakan pedagang pisang goreng tersebut sudah cukup berpengalaman dan memiliki kemampuan yang cakap dalam menjalankan usahanya. Walau masih menggunakan teknologi pengolahan yang manual dan cukup sederhana pengusaha UMKM ini menghasilkan produk yang tidak begitu besar. Omzet yang dihasilkan dari penjualan pisang goreng varian rasa tergolong cukup tinggi yaitu berkisar Rp. 400.000 perharinya dan menembus sekitar 12 juta dalam perbulannya. Konsep digitalisasi juga sudah diterapkan dari UMKM ini, tetapi tidak begitu aktif walau ada beberapa kali melakukan promosi melalui laman social tiktok. Analisis SWOT yang dilakukan juga sudah baik karena penempatan lokasi usaha yang tergolong di tempat yang ramai, memberikan varian yang berbeda dengan bisnis pesaing dan memberikan harga yang berani bersaing sehingga bisnis ini mampu untuk bertahan dan berkembang pesat untuk kedepannya.

Saran yang dapat diberikan penulis yaitu, setelah melakukan analisis dan tinjauan lapangan maka penulis menyarankan agar platform penjualan dan sistem promosi bisnis UMKM ini agar lebih mengaktifkan sistem digital dan mampu bersaing secara perkembangan zaman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan rasa terimakasih kepda seluruh pihak yang terlibat pada penelitian ini. Terutama kepada pemilik Pisang Aroma Aneka Rasa di Kecamatan Sidoarjo yang telah bersedia diwawancarai dengan senang hati yang UMKM nya penulis jadikan sebagai sampel dalam penelitian yang penulis kerjakan

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Guntur Eko Saputro, Y. S. (2022). *Ditengah Pandemi Covid-19 Dalam Mendukung Ketahanan Ekonomi Government ' S Strategy in Small and Medium Micro Business in the Middle of the Covid-19 Pandemic in Supporting Economic Resilience*. 1–15.
- Bagus, I., Purbadharmaja, P., Agung, A., & Putu, B. (2023). *Keberlanjutan dan Inklusi Keuangan pada Pelaku UMKM Penerima BPUM di Provinsi Bali*. 12(1), 108–119.
- CREATING SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGES OF CULINARY MSMEs TO. (2022). 7(3), 201–217.
- Humaidi, R., Nasution, A., Deswindi, L., & Indrajaya, D. (2022). *Identification of Factors Affecting The Productivity Of Medium Small Micro Enterprises (MSMEs)*. 3(3), 227–235.
- Ilmi, N. A. N. (2021). Peran UMKM Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran Masyarakat dan Strategi UMKM Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(1), 96–107. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i1.2790>
- Jam'iyatuzzulfiyyah. (2021). ANALISIS PERAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH TERHADAP PENYERAPAN TENAGA KERJA DI INDONESIA. *Journal Invasi Penelitian*, 14(1), 1559–1566.
- Joshi, M., Kumar, A., Abidi, S., & Chauhan, A. (2020). Taxonomy of VUCA in Indian start-ups: the future of entrepreneurship. *International Journal of Technology Transfer and Commercialisation*, 17(1), 76. <https://doi.org/10.1504/ijttc.2020.10028294>
- Narto, N., & HM, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48–54. <https://doi.org/10.30656/intech.v6i1.2195>
- Okta Karneli, Harlen, Meyzi Heriyanto, A. F. F., & Frini Karina Andini. (2022). *CREATING SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGES OF CULINARY MSMEs TO*. 7(3), 201–217.
- Sanjaya, P., & Nuratama, P. (2021). Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah. In *Penerbit CV. Cahaya Bintang Cemerlang*.
- Sari, Y., Oktarina, S., & Kenamon, M. (2022). *The Role of Innovation Capability in MSME Sustainability During the Covid-19 Pandemic*. 6(4), 502–511.
- Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). *Bank Indonesia Dan LPPI*, 1–135.
- Sasongko, D., Yuliawati, P. M., Nurhidayah, R., Utomo, R. G., Setyawan, A., & Suciati, K. (2021). Pengembangan Pemasaran UMKM Asih Di Kabupaten Magelang Dengan Memanfaatkan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 7(1), 68–73. <https://doi.org/10.32528/jpmi.v7i1.3943>
- Scott, J. (2017). The Entrepreneurs Guide to Building a Successful Business. In *European Foundation for Management Development*. www.efmd.org
- SHARAN, V. (2014). International Business & Management. In *Evaluating Companies for Mergers and Acquisitions*. https://doi.org/10.1108/s1876-066x_2014_0000030015
- Sri, H., Sukesu, & Kanty, H. (2019). Manajemen UMKM dan Koperasi: Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai. *Unitomo Press, 1*, 1–245.

- Srijani, K. N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Sulistiyono, M., Hidayat, Y., & Syafari, M. R. (2022). Strategy for Empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Food Sector by The Office of Cooperatives, Small/Micro Businesses and Industry of Balangan Regency. *Journal of Development Studie*, 1(1), 39–48. <http://www.jurnalfocus.ulm.ac.id/index.php/ds/article/view/5%0Ahttp://www.jurnalfocus.ulm.ac.id/index.php/ds/article/download/5/4>
- Susanto, H. (2019). *Analisis Usaha Agroindustri Pisang Goreng Coklat Keju di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Agroindustry Business Analysis of Banana Fried Chocolate Cheese in Maharatu Village Marpoyan Damai Kota Pekanbaru*. 165–192.
- Wibawa, R. P., & Anggitaria, N. R. (2020). Kontribusi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran. *Equilibria Pendidikan*, 5(1), 16–25. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/equilibriapendidikan>