

Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) berbasis *Service Excellence* pada car wash Kota Pekanbaru

Trio Saputra*, Eka

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Lancang Kuning

Article Info

Article history:

Received November 2, 2021

Accepted February 17, 2022

Published July 1, 2022

Kata Kunci:

Pemberdayaan
UKM
Cucian

ABSTRAK

Mitra yang menjadi sasaran kegiatan program pengabdian kepada masyarakat adalah UKM cucian budi mulia car wash terletak di kota pekanbaru provinsi riau. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terdapat 3 masalah utama yang dihadapi oleh mitra diantaranya adalah : (1) Belum adanya media promosi dan pemasaran produk mitra (2) pembukuan usaha masih dilakukan secara konvensional (3) kegiatan cucian belum menerapkan protocol kesehatan. Berdasarkan permasalahan diatas ditawarkan solusi (1) Pelatihan pembuatan media promosi usaha dan pengembangan produk pemasaran (2) pelatihan dan pendampingan manajemen dan administrasi (3) sosialisasi dan pendampingan penerapan protocol kesehatan seperti tempat cuci tangan dan penerapan social distancing pada pengunjung. Kegiatan program ini menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Hasil kegiatan pengabdian ini (1) adanya sarana promosi menggunakan instagram dan pelacakan tempat usaha menggunakan google map, (2) penggunaan aplikasi catatan keuangan di playstore dan membuat sstim pelaporan yang praktis sesuai dengan kebutuhan cucian dan (3) pembuatan banner dalam menerapkan protokol kesehatan dan handsanitizer pada pengunjung cucian.



Corresponding Author:

Trio Saputra,

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi,

Universitas Lancang Kuning,

Jl. Yos Sudarso No.KM. 8, Umban Sari, Kec. Rumbai, Kota Pekanbaru, Riau 28266,

Email: * trio_saputra@unilak.ac.id

1. PENDAHULUAN

Kota pekanbaru merupakan sentral perekonomian masyarakat riau banyak usaha kecil menengah yang dapat memajukan dan mendorong perekonomian di kota tersebut. Dalam hal ini sektor jasa merupakan hal terpenting dalam menunjang dan penggerak di sektor ekonomi oleh sebab itu sektor jasa juga memerlukan pendampingan dan penguatan dalam mendorong perekonomian di kota pekanbaru.

Sektor jasa merupakan penggerak dibidang ekonomi terutama adalah penyerapan tenaga kerja dalam mendorong perekonomian masyarakat [4]. salah satu faktor penting kinerja UKM dapat dilihat dari aspek pekerjaan, penciptaan kekayaan, dan pengembangan inovasi produk [6]. Penerapan manajemen pelayanan prima kepada perusahaan/usaha dibidang jasa merupakan bentuk kualitas layanan yang ditawarkan kepada pelanggan [2][12]. Untuk mencapai kinerja bisnis yang baik salah satu instrument yang dapat digunakan yaitu strategi yang dapat digunakan adalah yang mendorong pada keunggulan bersaing UKM itu sendiri [3]. Salah satu sektor jasa yang menyerap tenaga kerja adalah Car Wash (cuci mobil, motor dan karpet). Semenjak terjadinya covid 19 terasa sangat berampak kapada pengunjung pada Car Wash. Hal ini tentu saja berpengaruh dari pendapatan pengusaha dan karyawannya. Salah satu cuci mobil di kota pekanbaru bernama budi mulia car wash yang terletak di jalan purwodadi panam. Usaha cuci ini dibuka pada pukul 08.00-18.00 WIB dan memiliki lima hidrolik serta mempunyai 10 orang karyawan. Berikut dapat dilihat gambar 1.



Gambar 1. Cucion Budi Mulia Car Wash

Cucian mobil budi mulia car wash pertama kali dibuka pada tahun 2015 menerima pelayanan jasa seperti cucian mobil, motor, karpet dan salon mobil. Di dirikan oleh bapak alm. Effendi dan sekarang di jalankan oleh anaknya dalam manajemen cucian. Saat ini cucian budi car wash memiliki prasarana dan sarana ruang tunggu, hidrolik dan ruang pengeringan. sebelumnya cucian ini didirikan tidak memiliki hidrolik dan hanya menerima cucian motor dan karpet. Dalam perjalananya cucian ini berkembang dengan memiliki sarana yang memadai dalam pencucian mobil. Cucian ini memiliki pekerja satu orang sebagai kasir, 10 orang sebagai anggota cucian.

Kegiatan cucian dibuka setiap hari dan libur ditanggal merah. Penggajian karyawan cucian berdasarkan bagi hasil dengan pemilik dengan persentase satu mobil anggota cucian mendapat lima belas ribuan rupiah, untuk cucian motor pencuci mendapat lima ribuan rupiah sedangkan untuk pencucian karpet pencuci mendapat dua puluh ribu untuk sekali pencucian, kemudian salon mobil karyawan mendapat saratus ribu untuk satu mobil. Berikut ditampilkan tarif harga pencucian di budi mulia car wash dapat dilihat pada table 1.

Tabel 1. Tarif Harga Cucian di Budi Mulia Car Wash

No	Jenis Layanan	Harga
1	Mobil	Rp. 40.000
2	Motor	Rp. 15.000
3	Karpet	Rp. 50.000
4	Salon Mobil	Rp. 400.000

Karyawan cucian budi mulia car wash berasal dari daerah yang ada disekitar riau seperti Kota Pekanbaru, Kabupaten Taluk Kuantan dan Kabupaten Rokan Hulu. Karyawan budi mulia car wash tidur di tempat yang disediakan oleh pemilik. Untuk makan dan tempat tinggal ditanggung oleh pemilik cucian budi mulia car wash. Pada awal karyawan bekerja di berikan pelatihan dalam memasang hidrolik dan mencuci motor dan karpet. Saat ini pemilik hanya mengawasi usaha cucian tersebut, dari awal pendirian cucian mobil hanya melakukan pembukuan secara manual dengan pencatatan. Sedangkan promosi yang dilakukan juga hanya sebatas spanduk yang dipampang di ruang tunggu cucian. bentuk komunikasi yang dilakukan pengelola terhadap pelanggan dalam penyampaianya dalam bentuk media spanduk [11]. Oleh sebab itu dibutuhkan cara yang inovatif dalam pengolahan dalam sektor jasa ini. berikut gambar promosi di cucian budi mulia car wash.



Gambar 2. Spanduk Promosi Cucian

Semenjak terjadinya covid 19 cucian mobil budi mulia car wash mengalami penurunan pelanggan. Hal ini terjadi karena banyak masyarakat kota pekanbaru yang lebih memilih mencuci mobil dirumahnya akibat dari pandemic tersebut. Berikut penghasilan cucian mobil budi mulia car wash lima bulan terakhir dapat dilihat pada table 2.

Tabel 2. Pendapatan cucian Mobil Budi Mulia Car Wash Per Bulan

Bulan	pendapatan
Februari	17.200.00
Maret	10.110.00
April	9.237.000
Mei	10.262.000
Juni	13.304.000

Dapat dilihat ditabel awal terjadi pandemic dibulan februari pendapatan tujuh belas juta dua ratus ribu rupiah, di bulan maret pendapatn sepuluh juta seratus ribu rupiah, kemudian april pendapatan berjumlah sebilan juta dua ratus tiga puluh tujuh rupiah, pada bulan mei berjumlah sepuluh juta dua ratus enam puluh dua ribu rupiah dan dibulan juni tiga belas juta tiga ratus empat ribu rupiah. Pada hal pada bulan sebelum terjadinya covid 19 pendapatan cucian berjumlah dua puluh lima juta rupiah sampai degan tiga puluh juta rupiah. Hal Ini berdampak kepada pemilik dan karyawan cucian.

Saat ini dibutuhkan akselerasi strategi dalam bentuk tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan [7], dalam peningkatan jumlah pengujung, strategi pemasaran dan promosi perlu ditingkatkan serta manajemen keuangan yang baik dan penyediaan fasilitas protocol kesehatan sehingga pengujung tidak perlu takut untuk datang dan mencuci mobil di cucian budi mulia car wah. Berikut gambar kegiatan cucian mobil budi mulia car wash:



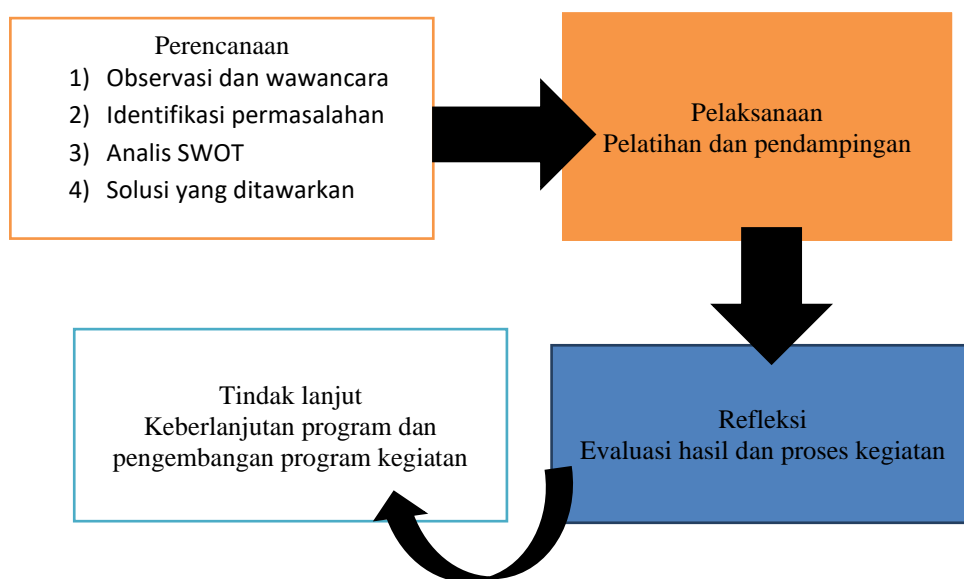
Gambar 3. Kegiatan cucian mobil budi mulia car wash

Kegiatan cucian yang dilakukan karyawan budi mulia car wash yang mencuci mobil pelanggan. Karyawan cucian di gaji sangat tergantung dari jumlah pelanggan yang datang setiap harinya di cucian mobil tersebut. Oleh sebab itu sangat penting dilakukan akselerasi dalam strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung [10]. Melalui promosi dan kegiatan *Less Contact Economy* dalam penguatan New Normal pada usaha UKM.

2. METODE

Kegiatan ini memiliki tahapan dan penerapan teknologi kepada mitra cucian budi mulia car wash di kota pekanbaru provinsi riau. Pelaksanaan berdasarkan permasalahan yang diamati dan wawancara bersama mitra yang menjadi target pengabdian. Untuk mencapai tujuan program kegiatan tersebut dilakukan perencanaan, pelaksanaan, refleksi dan tindak lanjut dalam kegiatan program pengabdian tersebut.

Kegiatan perencanaan melakukan identifikasi permasalahan dengan melakukan kegiatan observasi dan wawancara bersama mitra dengan menghasilkan solusi terhadap permasalahan yang terjadi. Kemudian dilanjutkan dengan kegiatan pelaksanaan melalui pelatihan dan pendampingan untuk menghasilkan solusi yang dibutuhkan oleh mitra dalam mengatasi permasalahan. Selanjutnya refleksi melakukan dalam bentuk evaluasi kegiatan program pengabdian yang dilakukan dalam melihat kekurangan dan kelemahan dalam proses program tersebut untuk melihat efektivitas capaian yang dihasilkan. Yang terakhir melakukan tindak lanjut untuk penguatan mitra dalam mengembangkan program kegiatan yang lebih baik untuk kedepannya. Berikut di gambarkan metode kegiatan dalam pelaksanaannya dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Dari permasalahan mitra diatas dirumuskan solusi dan target capaian yang dihadapi mitra, dalam mendorong peningkatan pengunjung dan pemberdayaan cucian budi mulia car wash selaku mitra UKM dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Prioritas, Solusi dan Target Capaian

Prioritas	Solusi	Target Capaian
Strategi Promosi dan Pemasaran Produk	(1)Pendampingan dalam pembuatan lokasi tempat usaha (2)Pembuatan produk promosi dan layanan menggunakan kartu	Memperluas jejaring Promosi menggunakan google map serta meningkat jumlah produk pemasaran pelayanan jasa
Penataan Manajemen dan Administrasi	(1)Pendampingan manajemen usaha dan pelayanan prima (2) Pelatihan penggunaan aplikasi pembukuan	Pengelolaan manajemen dan administrasi cucian disebut
Penataan Ruang dan Adaptasi Kebiasaan Baru	(1)Pendampingan penataan ruangan sesuai protocol kesehatan (2)Pembuatan Penyediaan fasilitas cuci tangan (3)Pembuatan banner protocol kesehatan	Rungan tunggu cucian sesuai dengan protocol kesehatan

Pelaksanaan solusi dan target capaian yang disusun dan dilaksanakan sesuai dengan rencana capaian dan indikator capaian terhadap penerapan teknologi kepada mitra cucian budi mulia car wash dapat dilihat pada tabel 4. :

Tabel 4. Rencana capaian dan indicator capaian

Rencana capaian	Indicator capaian
Strategi promosi dan pemasaran	Memperluas jaringan promosi dan pemasaran produk 1) Instagram 2) Google map
Penataan manajemen dan administrasi	Tertatanya manajemen dan administrasi cucian 1) Aplikasi pembukuan
Penataan ruangan dan adaptasi kebiasaan baru	Tertatanya ruang tunggu dan adaptasi kebiasaan baru 1) tertanya ruangan tunggu berdasarkan protocol kesehatan 2) penyediaan tempat cuci tangan 3) media promosi spanduk dan banner tentang penanggulang covid 19 dan protocol kesehatan

Setiap permasalahan yang telah di dapat melalui wawancara kepada mitra dan dirumuskan pemecahan dan solusi berdasarkan kebutuhan mitra serta perkembangan teknologi informasi, untuk itu kegiatan tersebut merupakan bentuk penerapan teori dari berbagai bidang dalam mendukung UKM dan inovasi untuk UKM serta melidungi bangsa dari covid 19 [9].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis SWOT UKM Budi Mulia Car Wash

Analisis SWOT merupakan formulasi strategi dalam merumuskan dan memberikan solusi terhdap permasalahan perusahaan [10] Setelah melakukan identifikasi UKM Budi mulia car wash melalui analisis SWOT dapat digambarkan sebagai berikut :

Kekuatan internal

1. Sudah memiliki fasilitas ruang tunggu dan lima hidrolik
2. Jumlah karyawan telah memahami cara oprasional hidrolik
3. Fasilitas jual beli minuman dan makanan

Kelemahan internal

1. Tidak adanya genset listrik
2. Cucian terletak di dalam gang
3. Manajemen usaha masih konvensional
4. Jumlah karyawan cucian belum memadai

Peluang

1. Tempat Berada di pusat perumahan
2. Bertambahnya pengguna roda dua dan empat

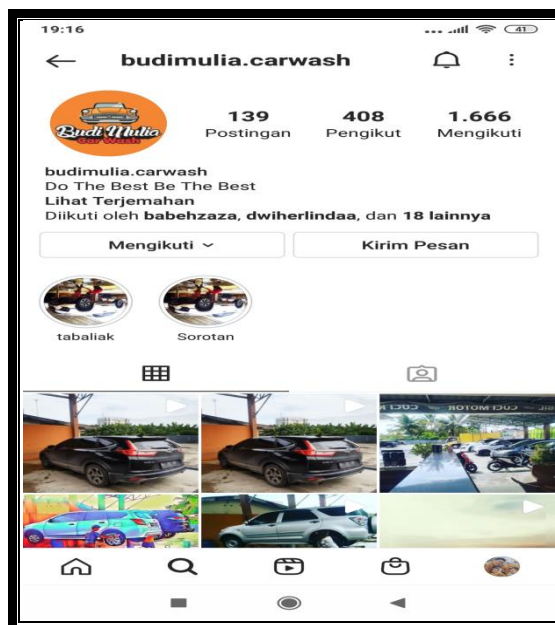
Ancaman

1. Persaingan cucian mobil yang semakin bertambah
2. Kualitas dan kuantitas cucian mobil lainya semakin membaik

Strategi pemecahan masalah

1. Melengkapi sarana dan prasarana cucian
2. Meningkatkan promosi usaha
3. Meningkatkan kualitas dan kualitas kerja cucian
4. Mengoptimalkan kerjasama cucian

Kegiatan pertama pengabdian kepada masyarakat di ukm budi mulia car wash dilaksanakan pada hari senin 11 oktober 2021, dengan kegiatan pendampingan pembuatan akun instagram budi mulia car wash sebagai sarana promosi cucian dan produk yang ditawarkan. Memudahkan pelanggan dalam mengakses layanan dan produk cucian. Instagram merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan saat ini, dikarenakan Instagram merupakan aplikasi yang berfokus pada penggunaan gambar dan video [8]. Instagram juga memiliki fitur baru yang saat ini sangatlah diminati yaitu bernama snapgram. Snapgram itu sendiri merupakan fitur dimana kita memposting apapun yang ingin diposting ke intagram, jadi secara tidak langsung pengguna snapgram itu mempromosikan apa yang mereka rekam menggunakan snapgram itu. Seiring berjalannya waktu beberapa orang sudah menyadari bahwa intagram itu bisa dimanfaatkan sebagai media untuk memasarkan suatu produknya, maka dari itu untuk lebih menyempurnakan Instagram itu sebagai media pemasaran harus didukung dengan teori marketing mix, digital dan internet marketing, teori ini sangat diperlukan dan wajib agar pemilik restoran tau bagaimana untuk memulai menggunakan intagram sebagai media marketing [5].



Gambar 5. Instagram Budi Mulia Car Wash

Sejalan dengan itu [1] dalam konsep pemasaran 4P (product, price, place, promotion) dengan tepat, terbukti mampu menghasilkan produk sesuai kebutuhan pasar, harga sesuai, Instagram memiliki miniaturisasi toko offline menjadi virtual yang artinya Instagram memfasilitasi dan menggabungkan batas-batas antara ruang yang telah dihilangkan dan didukung dengan berbagai promosi baik, promosi yang dilakukan dengan menggunakan gambar dan pesan yang mengandung makna persuasif dan juga berbagai promosi seperti sponsorship dan endorsement. Kegiatan ini diikuti oleh empat orang karyawan cucian budi mulia car wash dalam membuat sarana promosi oneline, selanjutnya diikuti dengan membuat akun google map sehingga

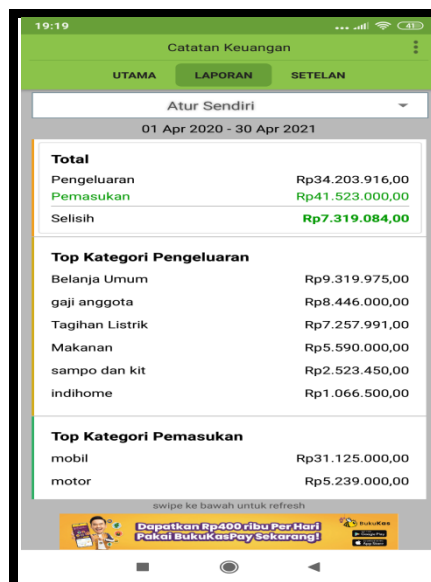
nantinya lokasi cucian mudah di temukan di google map berisikan informasi buka tutup dan penilaian terhadap layanan yang dilakukan.

[13] Menyatakan kemajuan teknologi informasi dalam usaha membutuhkan media pemasaran dan website google map dalam pencarian usaha. Oleh sebab itu masyarakat dan pelanggan usaha dapat menemukan lokasi dan produk layanan yang diberikan. Sejalan dengan kegiatan pengabdian ini google map yang dibuat menggunakan website dapat membatu pelanggan budi mulia car wash menemukan lokasi cucian sehingga dapat menaikkan laba keuntungan.



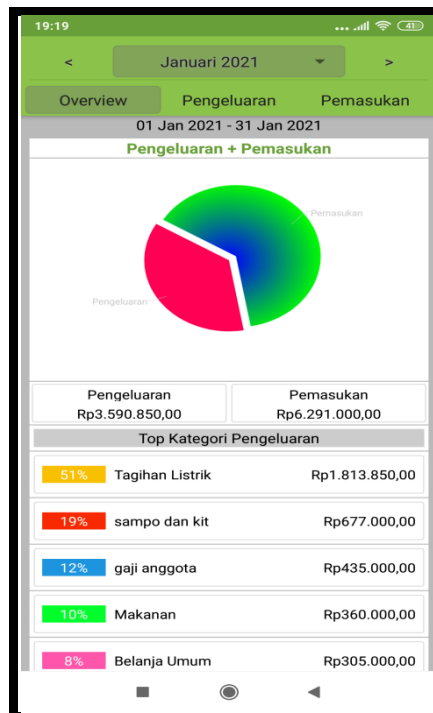
Gambar 6. Google Map Pencarian Lokasi

Selanjutnya pada hari kamis 15 oktober 2021 dilaksanakan kegiatan pendampingan dalam pembuatan aplikasi keuangan dengan mangakses gratis google playstore dan mendownload aplikasi catatan keuangan. Ini mempermudah manajemen keuangan cucian dan dapat menyesuaikan fitur yang dibutuhkan untuk keuangan cucian sehingga dapat secara real time data keuangan dibuat



Gambar 7. Aplikasi manajemen keuangan

Penerapannya aplikasi catatan keuangan tidak begitu sulit, sehingga mempermudah dalam mengelola keuangan usaha secara maksimal, selain menjadi kebutuhan manajemen keuangan aplikasi ini juga mampu melihat perbandingan pendapatan per bulan dan hasil rekapan setiap bulannya.



Gambar 8. Laporan Keuangan dari aplikasi

Laporan keuangan bisa langsung didapat dari aplikasi catatan keuangan dalam bentuk file pdf. Mempermudah dari hasil rekapan penghasilan cucian budi mulia setiap bulannya. Kemudian pada hari minggu tgl 20 oktober 2021 dilakukan kegiatan pengaturan duduk ruang tunggu berdasarkan protocol kesehatan, sekaligus membuat banner himbauan dalam menjaga protocol kesehatan dengan menerapkan 5M, serta menyerahkan hand sanitizer untuk menjaga seterilisasi tangan dalam pencegahan penularan covid 19.



Gambar 9. Penyerahan Banner

Penyerahan banner berisikan himbauan agar pelanggan cucian mematuhi protocol kesehatan yang diterima langsung oleh manager cucian herisman, S.Ap. dimasa covid 19 UKM saat ini perlu beradaptasi dengan pola pelayanan sehingga dapat menghindari dari penularan covid 19. Kemajuan UKM juga akan berdampak kepada sektor perekonomian secara langsung sehingga dapat mempertahankan kesejahteraan bagi masyarakat di masa pandemi [9].



Gambar 10. Pendampingan di Budi mulia car wash

Setelah dilakukan pendampingan pemberdayaan UKM budi mulia, dalam segi promosi direspon pelanggan dengan baik serta bisa memberikan masukan dari pelanggan cucian di instagram budi mulia maupun google map terhadap layanan cucian, serta penataan administrasi keuangan sudah berjalan dengan baik sehingga jelas pendapatan dan pengeluaran hasil cucian di dalam aplikasi catatan keuangan, ini sangat penting karena secara realtime setiap harinya hasil cucian dapat dilaporkan oleh pengelola keuangan.

Penerapan prokes kesehatan di cucian budi mulia salah satu bentuk pencegahan penularan covid 19 agar dapat terhindar dari peneularan, ini memberikan respon yang baik kepada pengunjung yang bisa menggunakan handsanitezer setiap melakukan transaksi pembayaran cucian. Dan pengunjung dapat menjaga jarak dengan yang lainya dengan penataan ruang tunggu cucian.

4. KESIMPULAN

Pendampingan Pemberdayaan UKM Budi Mulia Car Wash dalam pelayanan prima untuk meningkatkan pengetahuan dalam melakukan sarana promosi, manajemen keuangan dan penerapan layanan di masa pandemi. Hal ini penting dilakukan sebagai upaya adaptasi UKM di masa pandemic sehingga mampu bertahan dan berkembang.

Dengan adanya pendampingan pemberdayaan UKM Budi Mulia Car Wash dalam pelayanan prima setiap karyawan dapat mengetahui dan memahami tentang pelayanan prima. Kegiatan pengabdian masyarakat ini perlu dilanjutkan, dalam penyusunan tugas dan fungsi karyawan setiap harinya sehingga sumber daya manusia yang menjalankan siap dan memahami dalam melakukan kerjanya. Dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian masyarakat ini diharapkan pendampingan ini perlu dilakukan secara berkelanjutan, mengingat bahwa pelayanan prima di sektor jasa sangat penting diterapkan oleh karena itu pemilik cucian budi mulia car wash sebagai manajemen cucian perlu melihat kinerja karyawan dalam melakukan pelayanan prima kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Banjaransari, Y. G., and Saputro, E. P, "*Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Page Down Cloth Maker*", Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018
- [2] U. Desthiani, K. Anggraini, N. R. Wahidah, N. Nurhayati, and L. Novia, "Etika Pengembangan Diri Dan Kemampuan Komunikasi Staf Dalam Memberikan Pelayanan Prima Kepada Siswa Di Yayasan Pkbn Amari Meruya," *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, vol. 2, no. 2, p. 137, Jan. 2020.
- [3] B. Febriatmoko, "Meningkatkan Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing Kuliner Khas Semarang," *Jurnal Bisnis Strategi*, vol. 24, no. 1, pp. 83-99, Jul. 2015. <https://doi.org/10.14710/jbs.24.1.83-99>
- [4] H. Hamdan, "Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, vol. 3, no. 2, p. 1, Oct. 2018.

- [5] Handika, M. R., and Darma, G. S, “Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer melalui media sosial instagram”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 192-203.2018
- [6] R. Ngah and A. R. Ibrahim, “The Influence of Intellectual Capital on Knowledge Sharing: Small and Medium Enterprises’ Perspective,” *Communications of the IBIMA*, pp. 1–13, Feb. 2011.
- [7] Nisak, Zuhrotun. "Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif." *Jurnal Ekbis* 9, no. 2, 2013
- [8] Mariam, Iis, Nining Latianingsih, Titik Purwinarti, Endah Wartiningsih, and Muhammad Zaenal Abidin Eko Putro. "Pelayanan Prima Dalam Proses Pembelajaran Pada Masa Covid-19 Oleh Guru Taman Tk Di Kecamatan Sawangan, Kotamadya Depok." In *Prosiding Senantias: Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 1, pp. 775-784. 2021.
- [9] I. Mariam, N. Sofa, N. Latianingsih, and A. Azwar, “Optimalisasi Pelayanan Prima dalam Meningkatkan Potensi Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Cilember, Bogor,” *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, no. 1, Jun. 2018.
- [10] Rangkuti, F. “Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis”, Gramedia Pustaka Utama. 1998
- [11] M. R. Ramadhana and R. H. Sudrajat, “Pelatihan Komunikasi Efektif dalam meningkatkan Pelayanan Prima di Instansi Pemerintahan Provinsi Jawa Barat,” *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 4, Sep. 2020.
- [12] T. Saputra and B. C. Utami, “Pelatihan Pelayanan Prima Tentang Perilaku Pemberi Layanan Di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru,” *Warta LPM*, vol. 20, no. 2, pp. 61–66, Oct. 2017.
- [13] Sopian, Sopan. "Perancangan Aplikasi E-Marketing Bengkel Dengan Google Maps (Studi Kasus: Bandar Lampung)." PhD diss., Perpustakaan Universitas Teknokrat Indonesia, 2017.