

**Pengembangan Pemasaran Produk Keripik Pisang Sebagai  
Upaya Peningkatan Umkm Desa Balaroa Pewunu Kecamatan  
Dolo Barat Kabupaten Sigi**

**Marketing Development Of Banana Chips Products As An  
Effort To Increase Msmes In Balaroa Pewunu Village, Dolo  
Barat Sub-District, Sigi District.**

**Zulfirly Kurniawan**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako  
email: [firlykhairil02@gmail.com](mailto:firlykhairil02@gmail.com)

**Mohammad Zeylo Auriza**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako  
email: [mohammadzeylo86@gmail.com](mailto:mohammadzeylo86@gmail.com)

**Maskuri Sutomo**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako  
email: [maskuri.sutomo@yahoo.com](mailto:maskuri.sutomo@yahoo.com)

***Abstract.** Balaroa Pewunu Village has the potential and MSME products sourced from the agricultural and plantation sectors. This community service aims to analyze and identify the problems faced and develop strategies in the development of marketing of horn banana chip products as an effort to increase MSMEs in Balaroa Pewunu, West Dolo District, Sigi Regency. The method is carried out using an observational descriptive method, this descriptive method is carried out aimed at systematically, factually and accurately decrypting the facts that describe the phenomenon in detail in order to get a deeper analysis of the problem and present appropriate solution solutions. then analyze the development with the STP method (segmentation, targeting, and positioning) in order to get a valid and scientific development strategy with a marketing and promotion system using the concept of reseller and direct selling or directly. In addition, this service activity is also carried out with training and assistance to banana horn chip business actors. Based on the*

*Received Januari 20, 2023; Revised Februari 22, 2023; Accepted Maret 05, 2023*

*\* Zulfirly Kurniawan, e-mail [firlykhairil02@gmail.com](mailto:firlykhairil02@gmail.com)*

*entire application of the strategy in marketing development on horn banana chips has produced a fairly positive impact, in the last few months starting from mentoring in September to December 2022, it was recorded that banana chip products have been spread across 100 small merchant outlets located in the marawola kecamatan area, west dolo district, south dolo district and around the nearest district in Sigi regency.*

**Keywords :** *Development; Marketing; Promotion; Product; MSMEs*

**Abstrak.** Desa Balaroa Pewunu memiliki potensi dan Produk UMKM yang bersumber dari sektor pertanian dan perkebunan. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menganalisa dan mengidentifikasi masalah yang dihadapi serta menyusun strategi dalam pengembangan pemasaran Produk keripik pisang tanduk sebagai upaya peningkatan UMKM yang ada didesa Balaroa Pewunu, Kecamatan Dolo Barat, Kabupaten Sigi. Metode yang dilakukan menggunakan metode deskriptif observasional, Metode deskriptif ini dilakukan bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta yang menggambarkan fenomena secara detail agar mendapatkan analisis permasalahan yang lebih dalam dan menyajikan solusi penyelesaian yang tepat. kemudian analisa pengembangan dengan metode STP (segmentation, targeting, dan positioning) agar mendapatkan strategi pengembangan secara valid dan ilmiah dengan sistem pemasaran dan promosi menggunakan konsep reseller dan direct selling atau secara langsung. Selain itu kegiatan pengabdian ini pula dilakukan dengan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha keripik pisang tanduk. Berdasarkan seluruh penerapan strategi dalam pengembangan pemasaran pada keripik pisang tanduk menghasilkan dampak yang cukup positif, dibebberapa bulan terakhir dimulai dari pendampingan pada bulan September hingga desember 2022 tercatat produk keripik pisang telah tersebar di 100 outlet pedagang kecil yang berada di wilayah kecamatan marawola, kecamatan dolo barat, kecamatan dolo selatan dan sekitaran kecamatan terdekat di kabupaten Sigi.

**Kata Kunci :** *Pengembangan; Pemasaran; Promosi; Produk; UMKM*

## **PENDAHULUAN**

Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan kepentingan masyarakat setempat berdasarkan, hak asal usul dan atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan republik Indonesia

(Sihombing dan Yanris 2020). Desa juga merupakan tempat sekumpulan orang-orang yang memiliki misi dan tujuan bersama untuk mewujudkan kehidupan yang sejahtera, makmur aman dan maju, desa pula merupakan struktur terkecil dari sebuah negara yang mana memiliki tujuan untuk mensejahterakan masyarakatnya.

Desa mandiri adalah desa yang memiliki kemampuan melaksanakan pembangunan desa untuk meningkatkan kualitas hidup dan kehidupan sebesar-besarnya untuk kesejahteraan masyarakat desa dengan ketahanan sosial, ketahanan ekonomi, dan ketahanan ekologi secara berkelanjutan atau dengan kata lain Desa Mandiri adalah suatu kondisi yang mencerminkan kemauan masyarakat desa yang kuat untuk maju, dihasilkannya produk/karya desa yang membanggakan dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya (Fabiana Meijon Fadul 2019). Pembangunan pedesaan adalah pembangunan berbasis pedesaan dengan mengedepankan kearifan lokal kawasan pedesaan yang mencakup struktur demografi masyarakat, karakteristik sosial budaya, karakteristik fisik/geografis, pola kegiatan usaha pertanian, pola keterkaitan ekonomi desa - kota, sektor kelembagaan desa dan karakteristik kawasan pemukiman (Setiawan 2017).

Membangun desa merupakan salah satu wujud dalam membangun dan mengangkat potensi desa dengan berbagai macam program yang dilaksanakan di desa. Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya peningkatan ekonomi desa, memberdayakan masyarakat agar dapat mandiri dalam membangun desa sendiri melalui beberapa kegiatan sosialisasi dan pelatihan baik dari sisi ekonomi, sosial dan keagamaan. Membangun desa sama artinya dengan membangun negara dalam menuntaskan kemiskinan di daerah tertinggal khususnya dan menciptakan lapangan pekerjaan dipedesaan.

UMKM memiliki peran yang sangat penting untuk berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi

pengangguran (Solling Hamid dan Ikbal 2017). Usaha mikro Kecil Menengah merupakan usaha yang paling banyak digeluti di Indonesia. Usaha ini terbukti mampu menopang perekonomian rumah tangga miskin dan menjadi ekonomi nasional. perkembangan usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. UMKM merupakan salah satu media, cara sebagai upaya yang dapat kita pilih dalam program pemberdayaan untuk mengangkat potensi lokal dan membangun desa dari sisi ekonomi kemasyarakatan. Harapannya dengan menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan menciptakan peluang dalam mengangkat UMKM Desa dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang dapat mengangkat ekonomi Desa serta mengembangkan UMKM Desa agar dapat lebih maju. Hal ini juga merupakan salah satu upaya dalam membangun ekonomi keluarga masyarakat dan menuntaskan kemiskinan yang ada di Desa sebagai dampak positif dari adanya pengembangan pada UMKM Desa.

Pengembangan usaha ialah suatu cara atau metode dalam memperbaiki proses usaha melalui peningkatan kualitas dan kuantitas sebagai perluasan dari usaha itu sendiri. Tentunya, semua pelaku usaha menginginkan usahanya dapat berkembang, apakah dengan memiliki modal yang cukup besar dapat melakukan pengembangan pada usaha? jawabannya bisa saja iya, Namun modal bukan hanya menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan dalam pengembangan usaha. Salah satu cara sebagai bagian yang paling berpengaruh pada pengembangan usaha ialah pemasaran. Pemasaran merupakan pelaksanaan aktivitas bisnis yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen dalam rangka memuaskan konsumen sebaik mungkin dan mewujudkan tujuan perusahaan (Habibi et al. 2022).

Secara umum Desa Balaroa Pewunu merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Dolo Barat, Kabupaten Sigi, Provinsi Sulawesi Tengah yang memiliki jumlah populasi masyarakat sebesar 850 jiwa dan banyak diantaranya memiliki pekerjaan yang bertumpu pada sektor pertanian, peternakan dan wirausaha. Desa

Balaroa Pewunu sendiri memiliki beberapa potensi yang dapat dikembangkan baik itu potensi ekonomi, potensi pertanian maupun potensi sumber daya alam lainnya. Namun, masyarakat belum dapat melihat peluang kesempatan ini sebagai potensi desa yang dapat dikelola dan dimanfaatkan dengan baik agar dapat membantu perekonomian masyarakat dalam membangun desa. salah satu potensi yang dapat dikembangkan didesa balaroa pewunu ialah UMKM desa.

Program Membangun Desa mandiri merupakan upaya pemberdayaan peningkatan dan ketahanan desa dalam membangun desa agar terciptanya desa maju dan mandiri serta dapat mensejahterakan masyarakat desa itu sendiri. Melakukan pemberdayaan pada UMKM desa merupakan salah satu upaya dalam membangun ekonomi desa dan menciptakan peluang kerja didesa. UMKM desa yang menjadi pusat pengembangan ialah UMKM Keripik Pisang tanduk yang ada di Desa Balaroa Pewunu.

### **IDENTIFIKASI MASALAH**

Di Desa Balaroa Pewunu terdapat beberapa pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dapat berkembang menumbuhkan ekonomi masyarakat sehingga dapat membangun ekonomi desa.. Adapun jenis UMKM yang ada di Desa Balaroa Pewunu meliputi produk kerajinan tangan dan jajanan kuliner. Namun, dari wawancara yang kami lakukan dan observasi lapangan secara langsung pelaku usaha tersebut mengakui masih belum mampu dalam mengembangkan usaha sehingga dalam mengelola usaha tersebut masih sangat sederhana dan pasif dalam memproduksi, salah satunya ialah usaha produk keripik pisang tanduk. Hal ini dikarenakan oleh beberapa hal diantaranya yaitu modal yang minim, bahan baku yang terbatas, produk belum memiliki label/kemasan dan pengetahuan tentang tata kelola pengembangan usaha yang baik masih kurang. Adapun pengembangan usaha yang kami maksudkan ialah dimulai dari tata kelola keuangan usaha, manajemen usaha,

inovasi Produk dan pemasaran produk, penyediaan bahan baku dan Lain sebagainya. Salah satu produk UMKM yang ditargetkan dalam pengembangan UMKM desa ialah produk Keripik Pisang Tanduk yang di produksi oleh salah satu warga Desa yakni Ibu Jamilah bersama beberapa masyarakat Desa.

Maka berdasarkan permasalahan dan potensi yang ada serta kebutuhan UMKM Desa, penulis mengambil salah satu topik yakni Pengembangan Pemasaran Produk “*Keripik Pisang Tanduk*” sebagai upaya peningkatan UMKM Desa Balaroa Pewunu. Pemberdayaan pada sektor pengembangan UMKM menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan untuk membangun ekonomi pedesaan sehingga dapat mencapai misi membangun desa mandiri yang kuat dan tangguh. Melakukan pengembangan terhadap UMKM tersebut pun dapat menjadi salah satu pondasi penguatan ekonomi keluarga karena dianggap mampu menopang kebutuhan keluarga dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, dengan lahirnya UMKM di desa dapat pula menjadi salah satu sumber kekuatan dalam melahirkan lapangan kerja dan menyelesaikan masalah pengangguran yang ada di Desa.

## **METODE PELAKSANAAN**

Beberapa permasalahan utama yang menjadi prioritas untuk diselesaikan berdasarkan hasil observasi melalui pengamatan dan wawancara dilapangan secara lansung sebagai berikut (1) Permasalahan bahan baku dan proses produksi, (2) Permasalahan marketing produk, (3) Permasalahan manajemen usaha dan administrasi keuangan. berdasarkan permasalahan tersebut maka Metode yang dilakukan untuk penyelesaian permasalahan tersebut ialah dengan menggunakan metode deskriptif observasional dilakukan dengan strategi pendekatan persuasif kepada masyarakat desa yang mana pelaku utama dari usaha tersebut dengan cara wawancara dan pengamatan lapangan terhadap usaha keripik pisang tanduk tersebut. Metode deskriptif dilakukan bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta yang menggambarkan fenomena secara detail agar mendapatkan analisis permasalahan yang lebih dalam dan menyajikan solusi

penyelesaian yang tepat. kemudian dengan metode STP (*segmentation, targeting, dan positioning*) agar mendapatkan strategi pengembangan secara valid dan ilmiah.

- a. Inisiasi dan studi strategi pemasaran meliputi metode yaitu :
  - 1) Pengembangan strategi pemasaran dan promosi secara langsung, melalui kerja sama pihak ketiga, yaitu pemerintah Desa Balaroa Pewunu dan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sigi.
  - 2) Strategi pemasaran dengan konsep Reseller dan direct selling atau secara langsung.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

pada penerapan metode STP (*segmentation, targeting, dan positioning*) antara lain sebagai berikut.

- 1) Segmentasi Pasar
  - Segmentasi demografis usia 7 sampai 30 tahun dari semua kalangan tanpa memperhatikan tingkat ekonomi dan pendidikan.
  - Segmentasi geografis ditargetkan kepada konsumen diwilayah sekitaran yang berada diwilayah kabupaten Sigi.
  - Segmentasi psikografisnya ditargetkan pada orang yang senang bersantai atau melakukan pekerjaan sembari menikmati makanan berbentuk cemilan atau jajanan makanan ringan.
- 2) Target pasar

keripik Pisang Tanduk di targetkan kepada masyarakat diwilayah desa balaroa pewunu sendiri, desa-desa yang tersebat di kecamatan dolo barat, marawola,dolo selatan dan sekitarnya yang berada diwilayah cakupan Kab Sigi. keripik Pisang ini pun ditargetkan kepada para pengunjung yang berasal dari luar wilayah

kabupaten Sigi. harapannya Keripik Pisang Tanduk ini dapat tersebar hingga dipelosok wilayah Sulawesi tengah dan berbagai daerah di luar Provinsi.

### 3) Penempatan Produk

Di dalam penempatan produk Keripik Pisang ini terdapat beberapa perbedaan dengan produk lain yang sama dengan produk kita serta dengan pengembangan inovasi produk pada cita Rasa yang bervariasi.

- Identitas Produk, dalam hal ini pembuatan label pada produk merupakan satu hal yang menjadi ciri khas dan daya tarik terhadap produk sekaligus dengan adanya label pada Produk yang di desain dapat memberikan nilai tambah pada kemasan produk walau pun dikemas dengan sedehana namun memberikan kesan yang lebih modern dengan adanya label pada Produk.



*Gambar label Keripik pisang tanduk.*

- Harga Produk, menjual produk dengan harga yang terjangkau sesuai dengan segmentasi dan target pasar. dengan adanya harga yang relatif murah dan terjangkau dapat memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencicipi produk keripik pisang dengan varian rasa.

- Inovasi Porduk, pengembangan disektor varian rasa diantaranya keripik pisang dengan rasa pedas manis, keripik pisang dengan rasa Manis dan keripik pisang dengan rasa coklat.





*Gambar label kemasan dengan varian rasa.*

Melalui analisis permasalahan, potensi dan kebutuhan, permasalahan pada bahan baku dan sistem produksi, manajemen usaha dan strategi marketing serta administrasi Keuangan antara lain :

- a) Penyediaan bahan baku dan sistem produksi, melalui diskusi dan observasi terkait pengembangan kita mengupayakan penyediaan bahan baku dengan cara pembudidayaan pisang tanduk di halaman rumah produksi dan lahan kosong. hal ini berupaya agar memudahkan dalam memperoleh bahan baku dan dapat mengurangi pembiayaan dalam proses produksi.



*Gambar pembudidayaan pohon Pisang Tanduk.*

- b) Strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk Keripik Pisang Tanduk dengan konsep reseller dan direct selling atau penjualan langsung ke pedagang-pedagang kecil yang tersebar di wilayah Kab Sigi.
- c) Workshop business Plan, pelatihan penguatan usaha melalui pencatatan keuangan usaha dan sosialisasi strategi pengembangan UMKM. melalui adanya beberapa sosialisai dan pelatihan serta pendampingan langsung diharapkan dapat memberikan nilai kekuatan dan kesempatan kepada UMKM desa khususnya

pada pelaku usaha Keripik Pisang Tanduk sendiri dalam memanajemen usahanya dengan baik dan benar.



*Gambar pelaksanaan pelatihan tata kelola keuangan usaha dan pengembangan Usaha Mikro kecil dan menengah oleh dosen FEB UNTAD dan Dinas Koperasi dan UMKM Kab.SIGI.*

- d) Strategi pemasaran dan promosi yang dilakukan secara langsung melalui kerja bersama pihak ketiga dalam hal ini pemerintah desa melalui pameran produk keripik pisang pada event Disnatis desa ke-9 tahun yang dihadiri oleh seluruh masyarakat desa bertujuan untuk memperkenalkan produk keripik pisang yang awalnya sederhana dengan satu rasa dan tidak memiliki label pada produk, pada kesempatan pameran produk UMKM tersebut dilakukan inovasi pada produk mulai dari packing produk Keripik Pisang Tanduk dan dengan varian rasa terbaru. Dalam pengembangan UMKM sendiri kita menjembatani jalur komunikasi dan relasi kerja sama kepada Dinas Koperasi dan UMKM Kab Sigi agar dapat memperoleh pembinaan lanjutan mulai dari urusan perizinan dan pendampingan pelaku UMKM kab Sigi agar dapat terus bertahan dan mengembangkan usahanya.



*Gambar pada pameran Produk UMKM desa.*

## **HASIL DAN EVALUASI**

Berdasarkan seluruh penerapan strategi dalam pengembangan pemasaran pada Keripik Pisang Tanduk menghasilkan dampak yang cukup positif. Hal ini dilihat dari makin bertambahnya permintaan Keripik Pisang Tanduk tersebut. dengan membangun sistem reseller di wilayah Kabupaten Sigi serta dengan adanya pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM dengan penempatan produk di outlet-outlet pedagang kecil yang tersebar di wilayah sekitar menjadi salah satu target penempatan produk keripik pisang tanduk ini, memberikan peningkatan pada proses produksi, permintaan pasar dan pada pendapatan yang kini semakin bertambah dengan adanya strategi pengembangan yang dilakukan. Perkembangan ini sendiri pun di akui oleh pemilik dari usaha keripik pisang ini sendiri. Dibeberapa bulan terakhir dimulai dari pendampingan pada bulan September hingga pada bulan desember 2022 tercatat produk Keripik Pisang telah tersebar di 100 outlet pedagang kecil yang berada di wilayah Kecamatan Marawola, Kecamatan Dolo Barat, Kecamatan Dolo Selatan dan sekitaran Kecamatan terdekat di Kabupaten Sigi.

Pengembangan produk pada packing dengan pemberian label kemasan produk yang berinovasi pada varian rasa dan menggunakan sistem reseller menjadi salah satu cara yang memberikan dampak yang begitu besar pada perkembangan usaha keripik pisang ini. Usaha Keripik Pisang Tanduk ini kini telah memiliki karyawan tambahan pada proses pengemasan dan produksi dan sedang berupa untuk melakukan pembudidayaan bibit pohon pisang tanduk. Perencanaan selanjutnya akan membangun sistem digital marketing dengan memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar dari usaha Keripik Pisang ini dan ingin memperluas jangkauan produk hingga ke Kabupaten/Kota yang berada di Provinsi Sulawesi tengah setelah memperoleh izin P-IRT dan label halal serta mendapatkan dukungan dari pemerintah Kab.Sigi.

## **KESIMPULAN**

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul Pengembangan Pemasaran Produk Keripik Pisang Tanduk Sebagai Upaya Peningkatan UMKM di Desa Balaroa Pewunu dapat disimpulkan bahwa secara umum kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan baik dan dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan masyarakat tentang pengelolaan UMKM dalam melakukan pengembangan pada usaha mikro kecil menengah dan pengembangan pada sektor pemasaran Produk keripik pisang tanduk. hal tersebut dapat dilihat dari hasil pelatihan, pendampingan serta pembinaan yang dilakukan selama 4 bulan di Desa memberikan dampak peningkatan yang positif, hal tersebut dikarenakan oleh permintaan pasar Keripik Pisang yang semakin meningkat pula.

Pelatihan dan pendampingan ini sangat baik dan tepat sasaran. kegiatan pelatihan yang dilakukan kepada masyarakat akan lebih efektif serta efisien apabila dibarengi dengan adanya pendampingan yang dilakukan secara kontinyu dan berkesinambungan. dengan disinergikan bersama stakeholder yang lain dapat pula mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan baik.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih disampaikan penulis kepada seluruh pihak yang telah membantu, memberikan doa serta semangat dalam proses pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat kepada yang terhormat.

1. Kedua orang tua saya, saudara dan seluruh rekan-rekan mahasiswa Universitas Tadulako.
2. Dr. Maskuri Sutomo, SE. M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako
3. Harnida Wahyuni Adda, SE.,MA.,Ph.D.,CHRP selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas.
4. Muhammad Zeylo Auriza SE.,MM. selaku dosen pendamping lapangan.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan pihak Dosen MBKM Fakultas ekonomi dan Bisnis yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
6. Dinas koperasi dan UMKM Kabupaten Sigi yang telah bersedia bekerja sama dalam melakukan pelatihan dan pendampingan pada UMKM desa Balaroa Pewunu.
7. Kepala Desa Balaroa Pewunu, Kecamatan Dolo Barat, Kabupaten Sigi.
8. Kelompok UMKM Desa Balaroa Pewunu, Kecamatan Dolo Barat, Kabupaten Sigi.

## **REFERENSI**

- Fabiana Meijon Fadul. 2019. "No Title No Title No Title." 1–5.
- Habibi, Nur Syakherul, Rani Nur Fitrianti, Junaidi Efendi, dan Ria Kasanova. 2022. "Pengembangan Pemasaran Produk Umkm Di Desa Larangan Tokol Jawa Timur." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6(3):2275–88.
- Setiawan, Iikhsan Budi. 2017. "Respon Masyarakat Terhadap Pembangunan Jalan Kereta Api di Desa Bagan Sinembah Kota Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir." *Jom Fisip* 4(2):1–15.
- Sihombing, Volvo, dan Gomal Juni Yanris. 2020. "Penerapan Aplikasi Dalam Mengolah Aset Desa (Studi Kasus: Kepenghuluan Sri Kayangan 1)." *Terakreditasi DIKTI* 4(1):12–15.
- Rahmad Solling Hamid, dan Muhammad Ikkal. 2017. "Analisis Dampak Kepercayaan pada Penggunaan Media Pemasaran Online (E-Commerce) yang Diadopsi oleh UMKM: Perspektif Model DeLone & McLean." *Jurnal Manajemen Teknologi* 16(3):310–37. doi: 10.12695/jmt.2017.16.3.6.