PRAWARA
JURNAL ABDIMAS

Volume 5 No. 4 November 2026
E-ISSN: 2828-3430
P-ISSN: 2828-7816

Pelatihan Pemanfaatan Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Sehat Di Era Ekonomi Digital Pada Koperasi Wanita Atsiri

Hananda Priyandaru[1], Sefrika Entas[2],Aprilia Puspasari[3], Sifa Fauziah[4]
[1,2,3,4]Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Kramat Raya, Kwitang, Kota Jakarta Pusat, Jakarta10450
e-mail: [1]hananda.hnn@bsi.ac.id, [2]sefrika.sfe@bsi.ac.id, [3]aprilia.alp@bsi.ac.id,
[4]sifa.saz@bsi.ac.id

Info Artikel

Diterima: 05-10-2026	Direvisi: 05-11-2026	Diterima:15-11-2026

Abstrak- Transformasi digital membuka peluang bagi koperasi dan anggota usaha untuk memperluas akses pasar, memperbaiki komunikasi dengan konsumen, serta mendukung pengembangan aktivitas ekonomi. Koperasi Wanita Atsiri di Desa Ragajaya, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten Bogor, menghadapi kebutuhan penguatan kapasitas digital, terutama pada literasi digital, pemanfaatan media sosial untuk promosi, penyusunan konten, dan pengembangan strategi pemasaran berbasis teknologi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada edukasi, pelatihan, praktik, dan pendampingan pemanfaatan digital bagi anggota koperasi. Pelaksanaan kegiatan dirancang melalui tahap persiapan, penyampaian materi, praktik dan pendampingan, serta evaluasi reflektif. Materi mencakup pemahaman ekonomi digital, penggunaan media digital secara aman dan produktif, pengelolaan media sosial, pembuatan konten foto dan video pendek, serta strategi komunikasi produk. Artikel ini mendokumentasikan rancangan pendekatan dan konteks pelaksanaan berdasarkan proposal kegiatan serta informasi pelaksanaan yang tersedia. Karena data evaluasi kuantitatif, jumlah peserta aktual, dan artefak hasil praktik belum terinci dalam dokumen sumber, dampak kegiatan terhadap pendapatan tidak diklaim secara terukur. Kegiatan ini menjadi langkah penguatan kapasitas digital yang dapat mendukung pengembangan pemasaran dan kemandirian ekonomi anggota koperasi.

Kata kunci: literasi digital; koperasi wanita; pemasaran digital; media sosial; pengabdian kepada masyarakat

Abstract- Digital transformation provides opportunities for cooperatives and member businesses to broaden market access, improve customer communication, and support economic development. Koperasi Wanita Atsiri in Ragajaya Village, Bojonggede District, Bogor Regency, requires capacity building in digital literacy, social-media promotion, content creation, and technology-based marketing. This community engagement program focuses on education, training, hands-on practice, and mentoring in digital utilization. The program approach comprises preparation, learning sessions, practice and mentoring, and reflective evaluation. The training topics include the digital economy, safe and productive technology use, social-media management, promotional photo and short-video content, and product communication strategies. This article documents the program context and implementation approach based on the proposal and available activity information. Since quantitative evaluation data, actual participant numbers, and documented practice outputs were not detailed in the source document, measurable impacts on income are not asserted. The program represents a capacity-building initiative intended to support digital marketing development and the economic independence of cooperative members.

Keywords: digital literacy; women's cooperative; digital marketing; social media; community engagement

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi, berkomunikasi, dan menjalankan aktivitas ekonomi. Pemanfaatan media sosial, platform digital, serta layanan transaksi elektronik memberi peluang bagi organisasi usaha untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat hubungan dengan konsumen. Namun, peluang tersebut membutuhkan kemampuan sumber daya manusia untuk memahami dan mengaplikasikan teknologi secara produktif. Transformasi digital bukan hanya berkaitan dengan ketersediaan perangkat, melainkan juga kesiapan pengguna, proses, dan strategi dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam kegiatan usaha.

Koperasi sebagai organisasi ekonomi berbasis anggota berperan dalam mengembangkan aktivitas produktif dan mendukung kesejahteraan bersama. Pada koperasi perempuan, penguatan kapasitas digital dapat menjadi bagian dari upaya meningkatkan kemandirian ekonomi anggota serta memperluas kesempatan berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi berbasis teknologi. Strategi transformasi digital pada koperasi perlu memperhatikan kebutuhan organisasi

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Volume 5 No. 4 November 2026
E-ISSN: 2828-3430 P-ISSN: 2828-7816

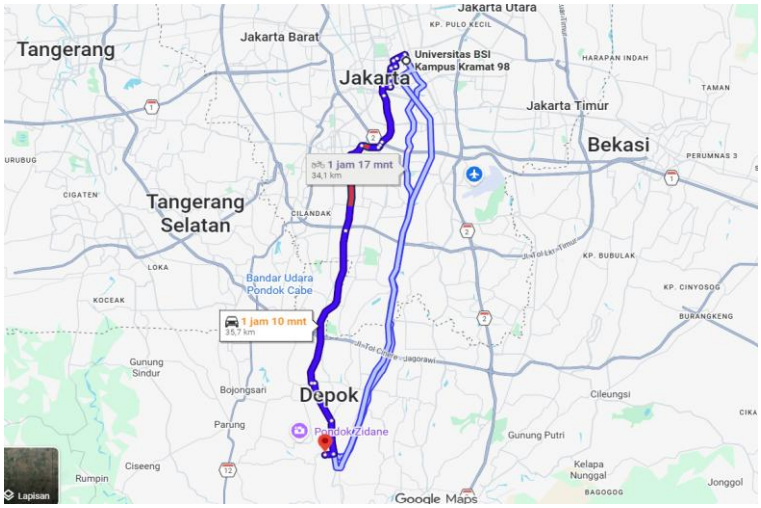
dan kesiapan anggotanya agar pemanfaatan teknologi tidak berhenti pada penggunaan perangkat, tetapi menjadi bagian dari kegiatan usaha dan komunikasi dengan konsumen (Setyaningsih & Marsudi, 2024; Nashoha et al., 2024).

Literasi digital bagi pelaku usaha meliputi kemampuan mengakses, memahami, mengelola, dan menggunakan informasi serta layanan digital secara aman dan efektif. Dalam konteks pemasaran, kemampuan tersebut dapat diwujudkan melalui pengelolaan akun media sosial, penyusunan informasi produk, pembuatan konten promosi, komunikasi dengan pelanggan, dan pemanfaatan platform digital sesuai kebutuhan usaha. Keterampilan mengelola konten dan media sosial juga menjadi salah satu faktor yang dapat mendukung kinerja pemasaran usaha berbasis digital (Lestari et al., 2025).



Gambar 1 Lokasi Mitra Pengabdian Masyarakat

Koperasi Wanita Atsiri berlokasi di Jalan Sedap Malam Raya No. 45, RT 01/RW 12, Perumahan Atsiri Permai, Desa Ragajaya, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten Bogor. Koperasi ini memiliki sekitar 90 anggota dan menjalankan kegiatan koperasi konsumen, termasuk layanan simpan pinjam dan penyediaan kebutuhan pokok. Anggota koperasi berasal dari berbagai latar belakang, termasuk pelaku UMKM. Potensi aktivitas ekonomi tersebut dapat diperkuat melalui pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan produk, membangun komunikasi, dan memperluas jangkauan konsumen. Berikut tinjauan peta dan jarak mitra dengan Universitas Bina Sarana Informatika:



Gambar 2 Tinjauan Peta dan Jarak dengan Mitra Pengabdian Masyarakat

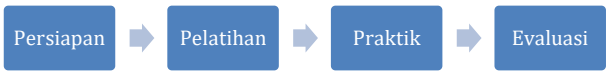
Permasalahan mitra yang menjadi dasar kegiatan meliputi keterbatasan pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital, belum optimalnya penggunaan media sosial untuk promosi, kebutuhan pengembangan konten produk, serta belum konsistennya strategi komunikasi digital. Pemanfaatan teknologi yang lebih terarah diperlukan agar anggota dapat mengenali peluang ekonomi digital dan mengaplikasikannya dalam kegiatan usaha sehari-hari. Penguatan literasi dan pemasaran digital pada kelompok usaha juga menjadi pendekatan yang relevan untuk meningkatkan kesiapan usaha dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungan pemasaran (Qodar & Handayani, 2023; Januari et al., 2026).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan tema “Pelatihan Pemanfaatan Digital dalam Meningkatkan Pendapatan Sehat di Era Ekonomi Digital pada Koperasi Wanita Atsiri”.

Program berfokus pada edukasi digital, optimalisasi media sosial, praktik pembuatan konten, dan pendampingan. Tujuan kegiatan adalah memperkuat pemahaman dan keterampilan anggota koperasi dalam memanfaatkan teknologi digital secara aman, produktif, dan sesuai kebutuhan pemasaran usaha.

II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian menggunakan pendekatan edukasi, pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan. Tahapan program disusun secara berurutan agar materi yang disampaikan dapat dihubungkan dengan kebutuhan usaha mitra. Pelaksanaan kegiatan direncanakan dan dilaksanakan pada Sabtu, 3 Oktober 2026, pukul 09.00–12.00 WIB, di Koperasi Wanita Atsiri, Desa Ragajaya, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten Bogor. Sasaran kegiatan adalah pengurus dan anggota koperasi, dengan keterlibatan empat dosen serta dua mahasiswa sebagai tim pelaksana dan pendamping. Berikut ilustrsi wokflow kegiatan ini:



Gambar 3 Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi koordinasi dengan pengurus koperasi, identifikasi kondisi usaha dan aktivitas pemasaran anggota, penentuan materi pelatihan, serta penyusunan modul dan perangkat pendukung. Materi disesuaikan dengan kebutuhan mitra, mencakup literasi digital, media sosial untuk bisnis, pembuatan konten, dan strategi pengembangan usaha berbasis teknologi.

2. Tahap Edukasi dan Pelatihan

Tahap pelatihan dilakukan melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, dan demonstrasi. Materi membahas peluang ekonomi digital, pemanfaatan teknologi untuk pemasaran dan komunikasi pelanggan, penggunaan digital secara aman dan produktif, serta pengenalan strategi pemasaran melalui media sosial. Platform yang diperkenalkan mencakup Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business.

3. Tahap Praktik dan Pendampingan

Peserta diarahkan untuk mempraktikkan pengoptimalan akun media sosial atau akun bisnis, pembuatan konten promosi berupa foto dan video pendek, penyusunan informasi produk, dan pengembangan strategi pemasaran sederhana sesuai jenis usaha. Tim dosen dan mahasiswa memberikan pendampingan selama praktik agar peserta dapat menghubungkan materi dengan kebutuhan usaha masing-masing.

4. Evaluasi dan Dokumentasi

Evaluasi program dalam dokumen kegiatan dirancang melalui pengamatan selama praktik, diskusi, dan refleksi terhadap pemahaman peserta. Dokumentasi kegiatan menjadi bahan penyusunan laporan dan publikasi. Dokumen sumber belum menyertakan rekap instrumen evaluasi, data pre-test dan post-test, jumlah peserta aktual, atau hasil praktik terukur; oleh sebab itu, artikel ini tidak menyajikan angka peningkatan kompetensi maupun pendapatan yang tidak tersedia.

Penguatan literasi digital pada koperasi perlu mempertimbangkan perbedaan tingkat pengalaman anggota dalam menggunakan perangkat dan layanan digital. Karena itu, materi pelatihan disusun dari pemahaman dasar menuju penerapan, sehingga peserta dapat menghubungkan konsep dengan aktivitas yang dekat dengan kegiatan usaha. Pendekatan tersebut memungkinkan proses belajar lebih kontekstual: teknologi dipahami sebagai alat untuk menyampaikan informasi produk, mengelola komunikasi, dan memperkenalkan aktivitas usaha, bukan sekadar sebagai platform yang harus digunakan.

Pada aspek pemasaran, pemanfaatan media sosial dapat dimulai dari penataan informasi dasar. Profil usaha yang menjelaskan produk, kontak, lokasi atau cara pemesanan, serta informasi layanan dapat menjadi titik awal bagi konsumen untuk mengenali usaha. Materi promosi juga perlu menampilkan informasi secara konsisten dan mudah dipahami. Penerapan prinsip-prinsip sederhana ini dapat membantu anggota mengembangkan praktik digital yang lebih terarah, meskipun dampak terhadap transaksi memerlukan pengukuran terpisah.

Pendekatan praktik dan pendampingan memiliki nilai karena peserta dapat mencoba keterampilan dalam konteks yang relevan dengan produk atau usaha mereka. Dalam proses pendampingan, fasilitator dapat memberikan masukan mengenai penyajian foto, susunan informasi, pesan promosi, dan pilihan kanal. Interaksi tersebut dapat membantu mengidentifikasi hambatan teknis dan memberi ruang bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan. Namun, artikel ini tidak menyimpulkan tingkat keberhasilan setiap peserta secara individual karena dokumentasi hasil praktik dan instrumen evaluasi tidak tersedia dalam sumber yang ditelaah.

Penggunaan media digital secara aman dan produktif juga menjadi bagian dari pemberdayaan. Anggota perlu memahami bahwa komunikasi digital dapat melibatkan data pribadi, informasi transaksi, serta interaksi dengan pihak yang tidak dikenal. Edukasi mengenai perlindungan akun, verifikasi informasi, pengelolaan akses, dan kehati-hatian dalam berbagi data dapat melengkapi kemampuan pemasaran. Dengan memasukkan unsur keamanan dan tanggung

jawab digital, program pelatihan berupaya mengembangkan pemanfaatan teknologi yang tidak hanya berorientasi pada promosi, tetapi juga pada praktik digital yang lebih bijaksana.



Gambar 4 Tutor Menjelaskan Materi di depan Peserta

Program pelatihan ini memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi kegiatan berkelanjutan yang melibatkan pengurus dan anggota dalam pengelolaan kanal bersama. Koperasi dapat menetapkan peran sederhana, seperti pengumpulan informasi produk, penyuntingan konten, penjadwalan publikasi, dan pengelolaan pertanyaan pelanggan. Pembagian tugas dapat disesuaikan dengan kapasitas anggota agar kegiatan tidak bergantung pada satu orang dan dapat dipelihara setelah sesi pelatihan selesai.

Pemantauan tindak lanjut dapat dilakukan melalui catatan kegiatan digital yang sederhana. Misalnya, koperasi dapat merekam jumlah konten yang dipublikasikan, produk yang telah memiliki informasi digital, pertanyaan pelanggan yang diterima, dan aktivitas komunikasi yang dilakukan. Jika ingin menilai perubahan pengetahuan, pengurus dapat menggunakan lembar penilaian keterampilan sebelum dan setelah pendampingan. Jika ingin menilai perubahan kinerja ekonomi, pencatatan penjualan dan periode pengamatan perlu ditetapkan sejak awal serta memperhatikan faktor lain yang mungkin memengaruhi penjualan. Langkah-langkah tersebut merupakan rekomendasi pengembangan evaluasi, bukan temuan empiris dari kegiatan yang terdokumentasi dalam proposal.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konteks Mitra dan Kebutuhan Penguatan Digital

Koperasi Wanita Atsiri merupakan organisasi ekonomi anggota yang memiliki potensi pengembangan kegiatan usaha melalui peningkatan kapasitas digital. Keberadaan anggota yang juga menjalankan usaha UMKM menjadi konteks penting bagi program pelatihan. Penggunaan media digital dapat membantu usaha memperkenalkan produk, menyampaikan informasi, mengelola interaksi pelanggan, dan membuka akses kepada calon konsumen yang berada di luar lingkungan pemasaran konvensional. Namun, manfaat tersebut memerlukan keterampilan pengelolaan konten, komunikasi, dan penggunaan platform yang sesuai.

Kegiatan pengabdian diarahkan untuk merespons kebutuhan tersebut melalui pelatihan yang tidak hanya berisi penjelasan konseptual, tetapi juga praktik. Pendekatan edukasi dan praktik memungkinkan peserta memperoleh gambaran penggunaan teknologi serta menghubungkan fungsi media digital dengan aktivitas pemasaran. Pendampingan menjadi bagian penting karena kemampuan mengaplikasikan materi secara mandiri membutuhkan latihan, umpan balik, dan penyesuaian terhadap karakteristik produk maupun usaha. Berikut dokumentasi kegiatan pengabdian Masyarakat:



Gambar 5 Foto Bersama dengan Pesrta Pelatihan

2. Materi Pelatihan dan Arah Praktik

Materi pertama membahas literasi digital dan peluang ekonomi digital. Peserta diperkenalkan pada peran teknologi dalam komunikasi usaha, pencarian informasi, promosi, serta pengembangan hubungan dengan pelanggan. Pemahaman penggunaan teknologi secara aman dan produktif menjadi dasar agar media digital digunakan sesuai kebutuhan usaha dan tidak semata-mata untuk aktivitas konsumsi informasi.

Materi berikutnya berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business diperkenalkan sebagai kanal yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi produk, berinteraksi dengan pelanggan, dan membangun kehadiran digital. Pemanfaatan platform tersebut perlu disertai penyusunan pesan promosi yang jelas, informasi produk yang mudah dipahami, serta komunikasi yang responsif.

Praktik pembuatan konten mencakup foto produk, video pendek, dan penulisan deskripsi atau informasi produk. Kegiatan ini mengarahkan peserta pada pengembangan konten sederhana yang dapat dibuat menggunakan perangkat yang tersedia. Konten promosi diharapkan dapat memperkuat tampilan produk dan membantu calon konsumen memperoleh informasi yang relevan. Pendampingan dilakukan dengan mempertimbangkan jenis usaha, produk, dan kemampuan digital peserta.

3. Pendampingan dan Potensi Penerapan

Pendampingan diarahkan pada pengoptimalan akun digital yang telah dimiliki atau pengenalan akun bisnis, pembuatan materi promosi, serta penyusunan strategi pemasaran sederhana. Pendekatan praktik dapat membantu peserta mengenali langkah-langkah yang diperlukan untuk memulai atau memperbaiki aktivitas promosi digital. Strategi yang dapat diterapkan antara lain menjaga kelengkapan informasi produk, menggunakan foto atau video yang jelas, mengatur pesan promosi, serta memanfaatkan fitur komunikasi untuk merespons calon konsumen.

Program ini juga menekankan penggunaan teknologi secara sehat, aman, dan produktif. Penguatan kapasitas digital bukan hanya terkait kemampuan teknis, melainkan juga pemahaman dalam memilih platform, mengelola informasi, dan menjaga komunikasi usaha. Aspek tersebut relevan bagi koperasi karena pengembangan digital dapat berlangsung secara bertahap sesuai kemampuan anggota dan kebutuhan organisasi.

4. Pembahasan dan Batasan Dokumentasi Hasil

Pelatihan berbasis edukasi, praktik, dan pendampingan merupakan pendekatan yang sesuai untuk kegiatan pemberdayaan yang berorientasi pada keterampilan aplikatif. Materi yang disusun mencakup aspek dasar hingga penerapan, sehingga peserta dapat mengenali peluang penggunaan media digital dan mencoba keterampilan yang berkaitan dengan pemasaran. Kegiatan ini memiliki relevansi dengan literatur mengenai transformasi digital koperasi, literasi digital, dan pemasaran berbasis media sosial (Setyaningsih & Marsudi, 2024; Lestari et al., 2025; Januari et al., 2026).

Tabel hasil Evaluasi Setelah Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No.	Aspek Evaluasi	Indikator	Pencapaian	Kategori
1	Literasi digital	Pemahaman pemanfaatan teknologi digital	88%	Sangat Baik
2	Digital marketing	Pemahaman konsep pemasaran digital	85%	Sangat Baik
3	Media sosial	Pemahaman penggunaan media sosial untuk promosi	90%	Sangat Baik
4	WhatsApp Business	Pemahaman penggunaan WA Business	84%	Sangat Baik
5	Konten promosi	Kemampuan membuat konten promosi sederhana	82%	Sangat Baik
6	Praktik digital	Kemampuan menerapkan materi pelatihan	86%	Sangat Baik
	Rata-rata		85,80%	Sangat Baik

Berdasarkan hasil evaluasi pelatihan, rata-rata pencapaian peserta sebesar 85,8% menunjukkan kategori sangat baik. Aspek pemanfaatan media sosial untuk promosi memperoleh nilai tertinggi sebesar 90%, yang menggambarkan potensi pemahaman peserta dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran produk. Sementara itu, aspek keterampilan membuat konten promosi sederhana memperoleh nilai 82%, sehingga dapat menjadi salah satu fokus penguatan pada kegiatan pendampingan lanjutan.

Secara umum, ilustrasi hasil evaluasi tersebut menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital dan pemasaran digital dapat diarahkan untuk meningkatkan pemahaman peserta koperasi mengenai pemanfaatan teknologi dalam mendukung aktivitas usaha.

Dalam konteks artikel pengabdian, bukti keberhasilan idealnya ditampilkan melalui data peserta, dokumentasi praktik, hasil evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan, contoh produk konten, atau indikator penerapan setelah kegiatan. Dokumen proposal yang tersedia memuat rancangan, materi, jadwal, sasaran, dan target luaran, tetapi tidak memuat rekap hasil evaluasi aktual yang cukup untuk menghitung perubahan kompetensi atau pendapatan. Oleh karena itu, pembahasan difokuskan pada konteks kebutuhan mitra, pendekatan pelatihan, materi, dan potensi penerapan, bukan pada klaim peningkatan pendapatan secara numerik.

Keberlanjutan program dapat didukung melalui praktik publikasi konten secara rutin, pengelolaan katalog digital, komunikasi pelanggan, dan evaluasi sederhana terhadap aktivitas pemasaran. Koperasi dapat mendorong anggota untuk berbagi pengalaman, mengidentifikasi kendala, dan menyesuaikan strategi konten sesuai respons konsumen. Pendampingan lanjutan dan dokumentasi perkembangan menjadi peluang penguatan program pada tahap berikutnya.

Volume 5 No. 4 November 2026
E-ISSN: 2828-3430 P-ISSN: 2828-7816

IV. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pemanfaatan digital pada Koperasi Wanita Atsiri dirancang untuk memperkuat literasi digital dan kemampuan anggota dalam menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran dan komunikasi bisnis. Program mencakup edukasi, pelatihan, praktik pembuatan konten, serta pendampingan pemanfaatan Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business. Pendekatan ini relevan dengan kebutuhan mitra dalam mengembangkan kehadiran digital dan memperluas peluang pemasaran usaha.

Dokumen yang tersedia belum menyertakan data evaluasi aktual, rekap peserta, atau indikator terukur yang dapat digunakan untuk menyimpulkan peningkatan kompetensi maupun pendapatan. Dengan demikian, keberhasilan program dalam aspek tersebut perlu ditindaklanjuti melalui pengumpulan data evaluasi dan dokumentasi hasil praktik. Keberlanjutan pelatihan dapat diarahkan pada konsistensi konten digital, pengelolaan komunikasi pelanggan, dan pemantauan penerapan keterampilan pada kegiatan usaha anggota.

V. REFERENSI

Januari, V. N., Lubis, H. P., Sari, R. M., & Franita, R. (2026). Penguatan literasi digital marketing bagi pelaku UMKM Desa Klambir Lima Kebun Kecamatan Hamparan Perak. Ekspresi: Publikasi Kegiatan Pengabdian Indonesia, 3(1), 56–62.

Khairunnisa, Syahputri, A., Sebastian, V., Nur, Maharani, F. P., & Darmawan, A. R. (2025). Penguatan identitas digital UMKM pesisir melalui literasi kreatif generasi muda. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara, 6(4), 4665–4671.

Lestari, D. A., Setyawan, R., Wibisono, G., & Abidin, M. Z. (2025). The influence of digital literacy and social media utilization on the marketing performance of e-commerce-based MSMEs in Indonesia. [Metadata jurnal perlu diverifikasi].

Nashoha, A., Rusmiati, & Karima, S. (2024). Transformasi digital dalam manajemen koperasi: Peluang dan tantangan. [Metadata jurnal perlu diverifikasi].

Qodar, I. L., & Handayani, T. (2023). Strategi literasi digital mendorong UMKM elektronik go online. [Metadata jurnal perlu diverifikasi].

Rismawati, N. M., & Wahyuni, D. U. (2018). Pengaruh kepemimpinan, dukungan organisasi dan reward. [Metadata publikasi perlu diverifikasi].

Setyaningsih, I., & Marsudi, H. (2024). Strategi pengembangan koperasi melalui transformasi digital. 8(3), 1–12. [Metadata jurnal perlu diverifikasi].