



# Seminar Nasional MOBILITAS AKADEMIK

<https://mbkmunesa.id/>

## ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN OBJEK WANAWISATA BERNAH DE VALLEI, DESA KEMBANGBELOR, MOJOKERTO

Al Fitri Rizky Estu Kusumawardani<sup>a)</sup>

<sup>1</sup> Manajemen, FEB, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia.

<sup>a)</sup>Corresponding author: [al.21046@mhs.unesa.ac.id](mailto:al.21046@mhs.unesa.ac.id)

### ABSTRAK

Studi kelayakan bisnis pada aspek pemasaran wisata Bernah De Vallei dilakukan untuk menilai potensi pasar dan strategi pemasaran yang dapat diterapkan guna meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan perusahaan dalam mengoptimalkan pemasaran produk wisata berbasis alam yang ditawarkan. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis kelayakan usaha wisata Bernah De Vallei. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis kelayakan usaha wisata Bernah De Vallei dari aspek pemasaran dikatakan layak, telah menerapkan strategi bauran pemasaran, memiliki segmentasi dan sasaran yang jelas, dari analisis SWOT kelebihan dan peluang lebih banyak dibandingkan kekurangan dan ancaman, lebih banyak faktor pendukungnya selain faktor penghambat. Memiliki potensi pasar yang cukup besar, terutama di kalangan wisatawan lokal dan komunitas pecinta alam. Kesimpulan dari studi ini adalah bahwa wisata Bernah De Vallei layak untuk dikembangkan dengan strategi pemasaran yang lebih terarah guna meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis dalam industri pariwisata berbasis alam.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Aspek Pemasaran, Bernah De Vallei, Strategi Bauran Pemasaran, Segmentasi Pasar, Analisis SWOT

### Pendahuluan

Pada era bisnis global, pengaruh kemajuan teknologi tidak bisa dihindari. Pertumbuhan dunia bisnis saat ini juga semakin pesat, terbukti dengan banyaknya perusahaan yang menawarkan produk dan layanan sejenis (Rambe & Nawawi, 2022). Dalam hal ini, perusahaan akan menghadapi persaingan yang ketat dengan perusahaan lainnya (Rahayu et al., 2022). Salah satu tantangan utama adalah membangun dan menjaga keberlangsungan bisnis yang kuat di tengah fluktuasi pasar dan kondisi lingkungan yang selalu berubah. Setiap usaha harus terus berkembang agar dapat mencapai tahap ekspansi yang berhubungan dengan peningkatan kualitas (Rofa et al., 2021). Untuk mencapai kemajuan bisnis, diperlukan pengelolaan yang terukur dalam menganalisis pencapaian usaha, yang umumnya dilakukan melalui studi kelayakan bisnis (Bate'e et al., 2024).

Adanya studi kelayakan bisnis tidak hanya menilai apakah pendirian suatu usaha itu layak, tetapi juga mencakup analisis mendalam terhadap rencana bisnis yang ada (Bate'e et al., 2024). Terkait konsep studi kelayakan, atau *feasibility study*, merupakan dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait penerimaan atau penolakan suatu gagasan usaha atau proyek yang direncanakan. Kelayakan dalam studi ini mengacu pada kemungkinan bahwa gagasan usaha

atau proyek yang dijalankan dapat memberikan manfaat (benefit) yang optimal (Aprianti & Doni, 2023). Dalam studi kelayakan bisnis, sudut pandang pasar dan pemasaran menjadi faktor utama, karena keduanya berperan dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu bisnis (Rofa et al., 2021). Aspek pemasaran dalam analisis kelayakan bisnis menjadi elemen krusial yang perlu diperhatikan, karena terkait dengan keberadaan peluang pasar untuk objek yang akan ditawarkan oleh suatu bisnis (Dayinati et al., 2023).

Keberagaman potensi alam di Indonesia menawarkan nilai jual yang tinggi, menjadikannya sebagai peluang bisnis yang menjanjikan di sektor pariwisata (Maharani et al., 2022). Sektor pariwisata berperan penting dalam mendorong perekonomian di setiap daerah (Dwika et al., 2022). Pariwisata di Desa Kembangbelor, Kabupaten Mojokerto, mengedepankan prinsip keberlanjutan dengan menjaga keseimbangan antara pelestarian alam dan pemanfaatan sumber daya alam yang ada, menawarkan pemandangan alam yang mempesona serta udara yang segar. Salah satunya objek wisata potensial di desa ini adalah Bernah De Vallei (Wulandari et al., 2024). Wanawisata Bernah De Vallei telah ditetapkan sebagai objek wisata yang dikembangkan oleh masyarakat setempat dan diresmikan oleh Wakil Bupati Mojokerto pada akhir tahun 2020. Tempat ini memiliki daya tarik alam dan buatan yang mempesona. Wisata Bernah De Vallei ini tercipta dari swadaya masyarakat yang mengusung konsep ekowisata dengan menonjolkan panorama keindahan alam (Putri et al., 2023).

Dengan potensi yang dimilikinya, pengelolaan, dan strategi pemasaran yang tepat menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing serta menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke Bernah De Vallei. Oleh karena itu, diperlukan analisis studi kelayakan bisnis yang mendalam untuk menilai sejauh mana aspek pemasaran dapat mendukung keberlanjutan dan perkembangan objek wisata ini di tengah persaingan industri pariwisata yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis objek wanawisata Bernah De Vallei dari segi aspek pemasaran. Dengan berfokus pada beberapa aspek utama termasuk produk, segmentasi, targetting, faktor yang mempengaruhi permintaan. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat membantu pengelola dalam memahami segmentasi pasar serta efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan. melalui gambaran yang jelas mengenai potensi pasar dan daya tarik objek wisata. Untuk mendorong keberlanjutan bisnis dan memperkuat daya saing dalam industri pariwisata.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2020), metode penelitian kualitatif didasarkan pada filsafat postpositivisme dan digunakan untuk meneliti suatu objek dalam kondisi alami. Dalam metode ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama, pengumpulan data dilakukan melalui teknik triangulasi, analisis data bersifat deskriptif, serta hasil penelitian lebih berfokus pada pemaknaan daripada generalisasi. Teknik pengumpulan data penelitian yang dilakukan dalam penelitian dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah karyawan staff *marketing* Bernah De Vallei. Analisa data diperoleh dari hasil wawancara terkait aspek pemasaran yang terdiri dari produk, segmentasi, targetting, faktor yang mempengaruhi permintaan.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Produk yang dipasarkan

#### a. Deskripsi Produk dan Jasa

Wisata alam Bernah De Vallei merupakan sebuah destinasi wisata keluarga yang tercipta dari gotong royong masyarakat setempat dengan konsep ekowisata yang menonjolkan panorama keindahan alam dan wahana edukasi. Lokasi wisata ini terletak di Jalan Raya Tirtowening, Dusun Kembang, Desa Kembangbelor, Kec. Pacet, Kab. Mojokerto, Jawa Timur.

#### b. Daya Tarik dan Ketersediaan Jasa

Wisata alam Bernah De Vallei memiliki operasional pada hari senin - kamis, sabtu - minggu dan khusus hari jumat libur, dimulai dengan jam operasional 08.00 WIB - 16.00 WIB. Wisata alam Bernah De Vallei memiliki 5 daya tarik yang ditawarkan kepada calon pengunjung. Adapun 5 daya tarik yang ditawarkan diantaranya:

1) Konsep Ekowisata

Bernah De Vallei menerapkan konsep Ekowisata dengan tujuan untuk memaksimalkan dan melestarikan potensi sumber daya alam dan budaya masyarakat setempat untuk dijadikan sebagai sumber pendapatan yang berkelanjutan.

2) Konsep Wisata Edukasi

Selain konsep Ekowisata, objek wisata Edukasi Bernah De Vallei memiliki beberapa tempat yang bagus untuk pembelajaran. Seperti taman kelinci yang menarik anak-anak untuk bermain dan belajar lebih banyak tentang binatang kelinci. Adapun lokasi edukasi untuk menanam pohon tentunya untuk mengajarkan anak-anak tentang cara berkebun dan merawat tanaman dengan baik.

3) Camping Ground

Bernah De Vallei juga dapat digunakan sebagai tempat berkemah, baik untuk berkemah keluarga maupun untuk komunitas dalam jumlah besar karna area perkemahannya luas dan tersebar di banyak titik.

4) Kolam Renang Alami

Wisata alam Bernah De Vallei ini mempunyai kolam renang alami yang terkolaborasi antara ekosistem buatan manusia dan sumber air dari alam yang sangat jernih dan menyegarkan tubuh. Area kolam dibagi menjadi 3 kolam yaitu 120 cm, 80 cm, dan 60 cm.

5) Wahana Permainan dan Outbond

Terdapat beberapa wahana permainan yang menantang dan melatih kemampuan motorik pada wisata alam Bernah De Vallei diantaranya: motor trail mini, ATV, Flaying Fox, Panggon Dolanan (mini outbound), dan Otoped.

c. Positioning

Positioning dari Wisata Alam Bernah De Vallei ini masih dalam kondisi baik, hal ini berdasarkan penerapan pemasaran strategi 7P yang dilakukan dengan baik. Selain itu, dapat ditinjau dari pelayanan dan prosedur yang dilakukan sesuai dengan standar sehingga dapat menjaga pelayanan terbaik bagi pengunjung. Posisi pesaing dari wisata alam Bernah De Vallei juga menjadikan wisata Bernah De Vallei masih dapat bersaing serta memberikan manfaat bagi pengunjung.

d. Analisis SWOT

**Tabel 1. Analisis SWOT**

Strenght	Weekness
1. Bekerja sama dengan institut pemerintahan (Perhutani KPH Mojokerto) 2. Memiliki sistem e-service yang dapat memudahkan calon pengunjung dalam mengakses pelayanan di Bernah De Vallei (sistem CS untuk reservasi secara online) 3. Memiliki media sosial dan sistem linktree yang dapat diakses oleh semua orang	1.Kurangnya jumlah tim marketing untuk memasarkan produk jasa yang ditawarkan. 2.Beberapa titik di lokasi wisata rawan bencana longsor
Opportunities	Threats
1.Adanya pondok pesantren di area sekitar Bernah de Vallei yang bisa menjadi peluang untuk menggaet pengunjung di saat waktu penjemputan/ pengantaran santri pondok	1.Banyak-nya wisata sejenis di kecamatan Pacet. 2.Peristiwa alam yang sewaktu waktu terjadi.

2.Melakukan kerja sama dengan banyak sekolah dan travel untuk meningkatkan jumlah pengunjung. 3.Melimpahnya sumber daya alam yang tersedia sehingga masih dapat mengembangkan berbagai jenis daya Tarik	3.Hilangnya daya Tarik Masyarakat terhadap wisata berbasis alam
--	---

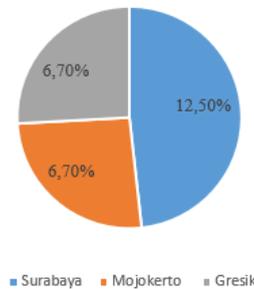
e. Lokasi Jaringan Usaha

Lokasi dari Wisata Alam Bernah De Vallei terletak pada Jalan Raya Tirtowening, Dusun Kembang, Desa Kembangbelor, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur, Kode Pos 61374

**2. Segmentasi dan targeting**

a. Wilayah/Daerah yang akan dijangkau

Wilayah yang menjadi target dari Bernah De Vallei mencakupi wilayah Indonesia hingga luar Indonesia. Cakupan paling besar dari Bernah De Vallei yaitu dari kota Surabaya, Gresik, dan Mojokerto.



**Gambar 1. Grafik Cakupan Daerah Pemasaran Wisata Bernah De Vallei**

b. Struktur Daerah

Stuktur daerah dari Bernah De Vallei yaitu berada di jalan raya Tirtowening, dusun Kembang, desa Kembangbelor, kec. Pacet, kab. Mojokerto, Jawa Timur. Daerah Pacet sendiri merupakan wilayah dataran tinggi yang terkenal dengan suhu yang dingin serta memiliki banyak wisata alam.

c. Luas Daerah/Luas bangunan

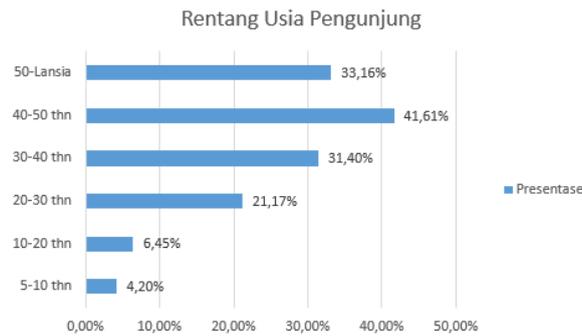
Bernah De Vallei yaitu 8 hektare dan memiliki luas tanah seluas 19 hektare. Bernah De Vallei berada di wilayah kecamatan Pacet, kabupaten Mojokerto dengan luas wilayah pemasaran seluas 128.297 km<sup>2</sup>.

d. Jumlah Penduduk

Jumlah dari wilayah pemasaran melalui media sosial Instagram Bernah De Vallei yaitu sejumlah 2.285 kunjungan profil.

e. Kelompok/ceruk Pasar Sasaran

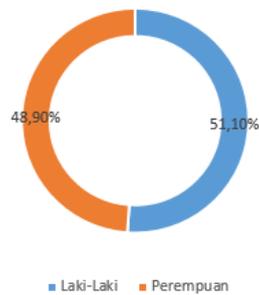
Sasaran pasar dari Bernah De Vallei sendiri adalah semua usia, hal itu dibuktikan melalui insight instagram bisnis Bernah De Vallei. Berikut merupakan gambaran diagram ceruk pasaran sasaran Bernah De Vallei:



**Gambar 2. Grafik Rentang Usia Pengunjung Wisata Bernah De Vallei**

f. Jumlah Anggota dalam Ceruk (Demografi)

Berdasarkan data yang diambil dari Insight Instagram Bisnis Bernah De Vallei, berikut adalah data jumlah antara laki-laki dan perempuan:



**Gambar 3. Presentase Jumlah Anggota Dalam Ceruk Pasar Wisata Bernah De Vallei**

g. Fokus Ceruk Pasar

Dalam fokus ceruk pasar Bernah De Vallei yang telah diprogram dalam strategi pemasarannya, Bernah De Vallei menarget customer dari komunitas, sekolah-sekolah dan agen travel.

**Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Permintaan**

1) Faktor-Faktor Pendukung

- Product

Produk jual/wahana yang dimiliki oleh wisata alam Bernah De Vallei diantaranya campground, kolam renang, outbound, taman kelinci, motor trail mini, ATV, Flaying Fox, Panggon Dolanan (mini outbound), dan Otoped. Bernah De Vallei nantinya dapat menjamin bagi para pengunjung mendapatkan kenyamanan berwisata. Adapun Pengunjung di sini bisa belajar cara menanam bunga dan tanaman. Selain itu, pengunjung juga dapat mengikuti aktivitas di sepanjang sungai, berjalan-jalan di hutan pinus, dan memberi makan hewan. Lalu ada area kolam renang yang mendapat air dari sumber alami dan bagi yang ingin berkemah, tersedia area khusus dan paket berkemah.

- Price

Untuk menikmati wisata alam Bernah De Vallei, harus membayar sejumlah tiket masuk. Biaya lain yang mungkin harus dikeluarkan ketika berkunjung ke tempat ini adalah biaya untuk berenang atau berkemah. Berikut daftar harga masuk wisata dan wahana di Bernah De Vallei:

**Tabel 2. Price List Wisata**

No	Keterangan	Harga
1	Tiket Masuk Utama	Rp. 7.000
2	Kolam Renang	Rp. 7.000
3	Paket Outbond	Rp. 100.000
4	Taman Kelinci	Rp 10.000
5	Motor Trail	Rp 15.000
6	ATV	Rp 20.000
7	Panggon Dolanan	Rp 10.000
8	Flying Fox	Rp 20.000

Harga dapat berubah sewaktu-waktu

- Place

Lokasi dari Wisata Alam Bernah De Vallei terletak pada Jalan Raya Tirtowening, Dusun Kembang, Desa Kembangbelor, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur, Kode Pos 61374

- Promotion

Promosi yang dilakukan Bernah De Vallei yaitu pada media sosial yang sebagai alat dalam mengenalkan wisatanya. Promosi yang dilakukan melalui berbagai cara seperti sosialisasi ke sekolah, bekerja sama dengan tim travel, bekerja sama dengan radio RFM Mojokerto, media promosi brosur, dan media sosial dengan menggunakan linktree, instagram, dan nomor customer service

- People

Dalam penggunaan sumber daya manusia, Bernah de Vallei tentu memiliki kriteria serta syarat dan ketentuan agar pelayanan serta produktivitasnya meningkat. Dalam hal ini, Bernah de Vallei juga memperhatikan komposisi serta pelatihan bagi karyawan agar dapat menjamin seluruh pelayanan dan produktivitas berjalan dengan maksimal.

- Process

Untuk menikmati fasilitas yang disediakan oleh Bernah de Vallei diperlukan beberapa tahap proses diantaranya:

1. Membeli tiket utama pada loket masuk utama
2. Memarkir kendaraan di lokasi yang disediakan
3. Memilih wahana yang akan dikunjungi
4. Membeli tiket masuk wahana
5. Menikmati beberapa wahana yang tersedia

- Physical Evidance



**Gambar 4. Pintu Utama Wisata Bernah De Vallei**

## 2) Faktor-Faktor Penghambat

- Pesaing

Dalam industri jasa wisata alam Bernah de vallei memiliki beberapa pesaing yang sama dengan tujuan memberikan manfaat dan layanan yang berbeda-beda. Adapun beberapa industri wisata yang menjadi pesaing Bernah de vallei seperti, Ecowisata Kedung klurak, Alamsari Nogosari , Padusan Park, Ubalan, Parimas, Joglo Park, Dlundung Waterfall. Dalam hal posisi pesaing, Bernah De Vallei bisa dikatakan berhasil dalam bersaing dengan industri jasa wisata lainnya dikarenakan dapat memberikan kualitas dan pelayanan yang baik bagi pengunjung. Hal ini dapat dilihat melalui rasa kepuasan dari para pengunjung wisata alam Bernah De Vallei.

- Sifat Konsumen

Dalam sifat konsumen bahwa konsumen saat ini sudah dapat dengan cermat dalam memilih berbagai hal dengan berbagai wawasan serta informasi yang tersedia baik di media sosial maupun di berbagai pusat layanan informasi lainnya khususnya dalam wisata rekreasi dan wisata alam. Bernah De Vallei menjadi salah satu tujuan dari konsumen dikarenakan banyaknya testimoni positif dari pengunjung yang pernah mengunjungi Bernah De Vallei.

**Tabel 3. Analisis Kelayakan Bisnis Aspek Pemasaran**

No	Indikator	Kelayakan	Keterangan
1	Produk/Jasa yang ditawarkan	Layak	Wanawisata Bernah De Vallei merupakan sebuah destinasi wisata keluarga yang tercipta dengan konsep ekowisata yang menonjolkan panorama keindahan alam dan wahana edukasi. Wanawisata Bernah De Valei menawarkan daya Tarik yang unik diantaranya konsep ekowisata, konsep wisata edukasi, camping ground, kolam renang alami, dan wahana outbound.
2	Positioning	Layak	Wanawisata Bernah De Vallei sudah menerapkan pemasaran dengan strategi 7P yang dilakukan dengan baik. Selain itu, dapat ditinjau dari pelayanan dan prosedur yang dilakukan sesuai dengan standar sehingga dapat menjaga pelayanan terbaik bagi pengunjung.
3	Analisis SWOT	Layak	Dilihat dari analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa kelebihan dan kekuatannya lebih dominan daripada kelemahan dan ancaman yang ada sehingga usaha ini dapat dikatakan layak.
4	Segmentasi dan targeting	Layak	Wilayah pemasaran dari Wanawisata Bernah De Vallei ini cukup luas dengan jumlah seluas 128.297 $km^2$ . Dengan jumlah luas wilayah tersebut wisata ini biasa memaksimalkan penjualan sesuai dengan target.
5	Faktor yang mempengaruhi permintaan	Layak	Faktor yang mendukung permintaan dari Wanawisata Bernah De Vallei

No	Indikator	Kelayakan	Keterangan
			dikatakan layak karena lebih banyak dibandingkan faktor penghambat.

## Kesimpulan

Produk atau jasa yang dipasarkan memiliki banyak variasi konsep yang menarik, sehingga mampu menarik perhatian berbagai segmen pelanggan. Strategi pemasaran yang diterapkan juga telah memenuhi standar kelayakan pemasaran, memastikan efektivitas dalam menjangkau target pasar. Selain itu, segmentasi dan targeting yang difokuskan sudah tepat, dengan sasaran utama mencakup komunitas, sekolah-sekolah, agen travel, serta berbagai kalangan usia. Lebih lanjut, faktor pendukung permintaan terbukti lebih dominan dibandingkan faktor penghambat, sehingga peluang keberhasilan pemasaran semakin besar.

## Daftar Pustaka

- Aprianti, V., & Doni, A. H. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Wisata Keju Lasi Nagari Lasi Kabupaten Agam. *I-Tourism*, 3(2), 76-83.
- Bate'e, A. T., Septiani, D. L., Pradana, G., Krisanti, S. R., & Widodasih, R. W. K. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 221-235.
- Dayinati, E., Hidayati, S., & Manurung, U. A. (2023). Analisis Kelayakan Usaha ditinjau dari Aspek Pemasaran: Studi Kasus Toko Plastik Rika88. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 3(2), 6221-6227.
- Dwika, M. N. F., Ardyansyah, F., & Hanifah, L. (2022). Analisis Studi Kelayakan Pantai Biru Sebagai Destinasi Wisata Halal Di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 5(2), 218-232. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>
- Maharani, T. S., Hidayati, A. N., & Habib, M. A. F. (2022). Peran pokdarwis dewi arum pulosari dalam peningkatan ekonomi masyarakat desa wisata pandean berbasis bisnis kreatif. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10), 4581-4587. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i10.1755>
- Putri, A. D., Novaria, R., & Murti, I. (2023). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Objek Wisata Bernah De Valle di Desa Kembangbelor Kabupaten Mojokerto. *PREDIKSI: Jurnal Administrasi Dan Kebijakan*, 22(2), 93. <https://doi.org/10.31293/pd.v22i2.7114>
- Rahayu, M. S., Hidayah K Fadhilah, N., & Heliani. (2022). Pengaruh Operating Capacity, Laba Dan Arus Kas Terhadap Financial Distress Pada Sektor Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2016-2020. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 01(02), 1-21.
- Rambe, D. N. S., & Nawawi, Z. M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Magister*, 1(2), 90-95.
- Rofa, I. T., Meilani, A. R., Hasibu, N. M. an, Nasution, A. K., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 222-235. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.945>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Wulandari, S. A., Sucipto, A., Albab, M. R. U., Rosyady, A. F., Thohir, A. S. S., & Rizky, M. L. C. (2024). Strategi Pengembangan Wisata Berkelanjutan Di Desa Wisata Kembangbelor Pacet Dengan Menggunakan Aplikasi Mobile. *Communnity Development Journal*, 5(4), 6838-6845.