



## **Pelatihan Pengembangan Bisnis Melalui Metode Diversifikasi Produk Bagi UMKM**

**Bagus Subekti Nuswantoro<sup>1\*</sup>, Khaula Lutfiati Rohmah<sup>2</sup>, Dian Rhesa Rahmawati<sup>3</sup>,  
Yanus Purwansyah<sup>4</sup>, Fatika Sinta Rizka Aisyah<sup>5</sup>**

<sup>1,5</sup>Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Respati Yogyakarta

<sup>2</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Respati Yogyakarta

<sup>3,4</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Respati Yogyakarta

bagus.subekti@respati.ac.id\*

---

### **Article History:**

Received: 09-01-2024

Revised: 14-01-2024

Accepted: 15-01-2024

**Keywords:** Diversifikasi Produk; Pengembangan Bisnis; UMKM; RKS

**Abstract:** Berdasarkan kajian yang telah dilakukan sebelumnya oleh tim bersama dengan pengelola Rumah Kreatif Sleman (RKS), dirumuskan permasalahan mitra adalah kurangnya wawasan mitra dalam pengembangan bisnis terutama untuk mengembangkan produk dalam hal diversifikasi jenis produk. Diversifikasi produk sangat diperlukan untuk mempertahankan penjualan dan memitigasi risiko akibat penurunan volume penjualan produk utama. Hal ini juga secara langsung menjadi strategi bisnis untuk menjaga sustainabilitas bisnis di masa yang akan datang. Wawasan pemilik atau pengelola UMKM binaan RKS perlu untuk ditingkatkan agar dapat menerapkan strategi diversifikasi produk untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya. Berdasarkan analisis situasi yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tim melaksanakan kegiatan PkM di RKS melalui kegiatan pelatihan dengan tema Pengembangan Bisnis melalui Metode Diversifikasi Produk Bagi UMKM. Hasil kegiatan PkM adalah peserta pelatihan mendapat wawasan pengembangan bisnis dengan strategi diversifikasi produk dan bagaimana menganalisis peluang pengembangan produk baru.

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

---

## **PENDAHULUAN**

Bisnis yang dilakukan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam menjaga kestabilan ekonomi mikro di Indonesia. Namun, UMKM seringkali mengalami kendala dalam mengupayakan pertumbuhan dan perkembangan usaha. Oleh karena itu, kemampuan pengelolaan dan strategi untuk pengembangan bisnis sangat diperlukan bagi para pelaku UMKM sehingga dapat memaksimalkan potensi usaha dan mencapai tujuan yang diinginkan.

Terdapat fakta yang menarik terkait sektor industri dan dampak yang dialami selama krisis yang terjadi akibat COVID-19. Bisnis start-up baru dan bisnis kecil menunjukkan fleksibilitas yang tinggi dalam reaksi mereka terhadap krisis, sebagian karena level yang rendah dari birokrasi dan keterbatasan kepatuhan tanggung jawab sosial (Alves et al. 2020). Alves dkk mengatakan bahwa industri kecil menunjukkan fleksibilitas yang tinggi dalam membuat keputusan terkait pemotongan biaya tenaga kerja, dan pengurangan harga untuk menyelamatkan diri, juga lebih mudah bagi industri kecil untuk mengadopsi strategi bertahan seperti diversifikasi produk atau industri, dan relokasi toko untuk sewa yang lebih rendah setelah krisis. Dapat disimpulkan bahwa fleksibilitas ini

yang kemudian membuat bisnis kecil dan start – up lebih mampu bertahan dibandingkan bisnis berskala besar.

Pelaku atau pengelola UMKM harus menerapkan manajemen krisis secara berkesinambungan tidak hanya pada saat krisis terjadi (Rohmah and Arisudhana 2022). Manajemen krisis membuat UMKM dapat mengidentifikasi resiko yang melekat pada usahanya dan melakukan mitigasi resiko ketika terjadi. Mitigasi resiko dilakukan dengan membuat strategi dan perencanaan usaha, termasuk di dalamnya adalah pengendalian resiko dan pendanaan resiko (Hanafi 2021).

Perencanaan menjadi sangat penting dilakukan sebagai salah satu bagian dalam sistem pengendalian internal dalam mempertahankan kelangsungan usaha (going concern) dan profitabilitas. Perencanaan dilakukan pada seluruh aspek usaha yaitu kegiatan operasional, investasi dan pendanaan.

Pemerintah telah melakukan berbagai upaya melalui program yang khusus menargetkan peningkatan kapabilitas UMKM dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya. Salah satunya adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sleman melalui Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disperindag). Disperindag Sleman menjalankan satu unit khusus yang bertujuan membimbing dan memfasilitasi UMKM di daerah Sleman melalui berbagai kegiatan pelatihan workshop dan pameran. Nama unit tersebut adalah Rumah Kreatif Sleman (RKS) yang berlokasi di Gedung Perkantoran Disperindag Sleman.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi (FISE) UNRIYO telah bekerja sama dengan RKS dalam melaksanakan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi bagi Dosen dan Mahasiswa. Menindaklanjuti kerja sama ini, tim PKM bermaksud untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemberdayaan UMKM binaan RKS melalui kegiatan PKM Dosen dan mahasiswa. Melalui diskusi dengan pengelola RKS, tim memperoleh informasi bahwa kelas pelatihan UKMK telah dilaksanakan dan materi pelatihan yang masih belum diberikan yaitu pengembangan bisnis melalui strategi diversifikasi produk. Pengembangan produk serta perluasan pasar dalam pemasaran artinya membicarakan bagaimana pengaruh pengembangan produk dalam bentuk diversifikasi produk dibidang pemasaran dan bagaimana relevansi keduanya, dengan pengembangan produk yang baik yaitu menambah produk baru maka akan mempermudah pelaksanaan pemasaran dalam meningkatkan tingkat volume penjualan (Astuti 2022).

Berdasarkan analisis situasi yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tim bermaksud untuk melaksanakan kegiatan PKM di RKS melalui kegiatan pelatihan dengan tema pengembangan bisnis melalui strategi diversifikasi produk untuk UMKM. Strategi diversifikasi produk yang akan diterapkan adalah strategi diversifikasi konsentris. Strategi diversifikasi konsentris merupakan strategi pengembangan produk dengan memperbanyak macam produk baru yang masih berkaitan dalam hal pemasaran, bahan baku serta teknologi dengan produk sebelumnya (Wulandari, Wahyuni, and Zulianto 2021).

Sebagai lembaga non-profit, Rumah Kreatif Sleman mengandalkan dana dari pemerintah maupun donatur untuk menjalankan program-programnya. Keterbatasan dana dapat menjadi kendala dalam menyediakan fasilitas yang memadai serta mengembangkan program pelatihan dan inkubasi bisnis kreatif yang lebih luas dan berkelanjutan. Rumah Kreatif Sleman menghadapi tantangan dalam mencari tenaga ahli yang memiliki pengalaman dalam bisnis kreatif dan mampu membimbing para peserta pelatihan. Selain itu, jumlah staf yang terbatas juga menjadi kendala dalam menjalankan program-program yang ada. (Mamengko, 2022)

Meskipun Rumah Kreatif Sleman menyediakan berbagai program pelatihan dan pengembangan bisnis kreatif yang bermanfaat, namun masih terdapat sedikit partisipasi dari masyarakat untuk mengikuti program tersebut. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya ekonomi kreatif bagi perkembangan daerah. Rumah Kreatif Sleman bertujuan untuk membantu pengembangan bisnis kreatif yang berkelanjutan, namun tantangan yang dihadapi dalam pengembangan bisnis kreatif yang berkelanjutan cukup besar seperti keterbatasan akses ke pasar, kurangnya modal, dan perubahan tren yang cepat.

UMKM yang tergabung di Rumah Kreatif Sleman harus bisa mengantisipasi terjadinya komersialisasi dalam usahanya. Salah satunya yaitu dengan menggunakan harga standar pada produk mereka. Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan pelatihan penetapan harga jual produk bagi para pelaku UMKM untuk lebih mengembangkan daerah Sleman.

Pada tahun 2020 – 2021, tim PKM telah melakukan penelitian dengan obyek penelitian UMKM binaan Rumah Kreatif Sleman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen krisis berpengaruh terhadap ketahanan UMKM pada masa pandemi COVID-19 (Rohmah et al. 2021). UMKM yang mampu mengelola krisis atau resiko bisnis yang terjadi akibat pandemi mampu mempertahankan bisnisnya, bahkan memanfaatkan peluang yang ada. Penerapan manajemen krisis seperti mengidentifikasi faktor penyebab kegagalan dan keberhasilan usaha, membuat perencanaan keuangan, menetapkan strategi untuk mempertahankan bisnis, melakukan evaluasi berkala terhadap produk, melakukan pemeriksaan terhadap aset atau inventaris bisnis, melakukan konfirmasi terhadap informasi yang diterima, menjalin informasi yang baik dengan karyawan, dan memiliki rencana jika suatu resiko terjadi, membuat UMKM dapat mempertahankan usahanya di masa pandemi (Rohmah and Arisudhana 2022).

UMKM perlu untuk menyusun dan menetapkan strategi untuk mempertahankan bisnisnya baik strategi operasional, keuangan, pemasaran maupun produksi. Pada PKM kali ini fokus pada mitra adalah bagaimana mitra merencanakan dan menerapkan strategi produksi dan operasional, terutama terkait dengan produk yang diproduksi dan dipasarkan oleh mitra. Observasi awal terhadap mitra telah dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada mitra. Hasil yang diperoleh bahwa sebagian responden (mitra UMKM binaan RKS) belum memiliki wawasan yang cukup untuk menerapkan strategi pengembangan produk. Lebih lanjut lagi, dalam observasi ditemukan permasalahan mitra sebagai berikut:

Pertama, Kurangnya wawasan kemampuan mitra dalam mengidentifikasi minat pasar terhadap produknya. Kedua, Kurangnya wawasan dan kemampuan mitra dalam mengidentifikasi produk yang memiliki permintaan tinggi di pasar yang relevan terhadap bisnisnya. Ketiga, Kurangnya wawasan dan kemampuan mitra untuk menangkap peluang permintaan pasar terhadap suatu produk. Keempat, Kurangnya wawasan dan kemampuan mitra dalam merencanakan diversifikasi produk sebagai strategi pengembangan bisnis.

Atas dasar ini tim berencana memberikan pelatihan yang relevan guna membantu mitra UMKM dalam menyelesaikan permasalahan mereka.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Ketepatan Metode**

Dalam mengatasi permasalahan yang dipaparkan, maka kami menyelenggarakan pendampingan Program Pelatihan Pengembangan Bisnis Melalui Metode Diversifikasi Produk Bagi UMKM yang tergabung dalam Rumah Kreatif Sleman. Pelatihan dan pendampingan ini diharapkan dapat memberi pengetahuan mengenai pentingnya

pemahaman dalam mengenali produk sendiri serta potensi pengembangan produknya yang didasarkan pada observasi tren pasar atau pengembangan target konsumennya.

Target pelatihan ini adalah anggota UMKM yang tergabung dalam Rumah Kreatif Sleman, mendapatkan pendampingan dan pelatihan meliputi semua hal yang terkait pengembangan produknya melalui strategi diversifikasi produk.

Hasil dari terselenggaranya pelatihan ini adalah tumbuhnya pemahaman anggota bahwa dengan adanya pelatihan ini setiap anggota UMKM yang ada di Rumah Kreatif Sleman bisa menjadi sebuah usaha yang bisa meningkatkan usahanya. Secara umum, diharapkan dengan adanya pelatihan ini dapat meningkatkan pengembangan potensi UMKM yang tergabung dalam Rumah Kreatif terutama potensi yang sudah mereka punyai.

Metode pelaksanaan yang dapat diterapkan pada kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Survei lapangan dilakukan dengan cara menyajikan beberapa pertanyaan yang harus dijawab oleh pengurus Rumah Kreatif Sleman dan input yang dihasilkan adalah gambaran khusus tentang kemampuan dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang tergabung di Rumah Kreatif Sleman.
2. Pelaksanaan pendampingan dalam bentuk ceramah, diskusi (sharing), latihan, dan praktek/demonstrasi dilakukan oleh pengabdian dan para peserta. Pendampingan kemudian difokuskan pada tahapan bagaimana proses perhitungan harga pokok produk dan penentuan harga jual.

### **Metode Pemaparan Materi**

Pada tahapan ini pemateri memberikan Pelatihan Pengembangan Bisnis melalui Metode Diversifikasi Produk Bagi UMKM. Latar belakang masalah UMKM yang paling sering ditemukan saat ini diantaranya, 1) kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pasar, 2) kelemahan dalam struktur modal dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber permodalan, 3) kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia, 4) keterbatasan jaringan usaha kerjasama antara pengusaha kecil, 5) iklim usaha yang kurang kondusif karena persaingan yang saling mematikan, 6) pembinaan yang dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan dan kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil (Amri 2017).

Dari temuan permasalahan di atas setidaknya tiap UMKM dapat mengatasi minimal 3 dari 6 permasalahan yang ada. Persaingan yang sengit selalu menjadi tantangan bagi tiap pelaku UMKM untuk dapat bertahan di usaha mereka.

Materi pelatihan yang diberikan merupakan pelatihan tentang strategi pengembangan bisnis melalui metode diversifikasi produk bagi UMKM yang intinya diimplementasikan dengan empat cara, diantaranya, memperkenalkan produk atau layanan baru, ekspansi lini produk, diversifikasi geografis, dan diversifikasi pelanggan.

### **Metode Pendampingan**

Pada tahapan ini, dilakukan pendampingan mitra untuk merancang kegiatan yang akan dilaksanakan secara rutin.

**Tabel 1.** Rencana Kegiatan

Rencana Kegiatan	Keterlibatan Dalam Kegiatan	
	Dosen/Mahasiswa	Masyarakat
<b>Pra Kegiatan</b>		
<i>Sharing</i> dan diskusi dengan tujuan untuk survei dan observasi lapangan agar memperoleh informasi dan data secara mendalam	Dosen sebagai surveyor dan observatory di lapangan. Dosen akan melakukan pemaparan awal untuk memantik diskusi dari mitra	Sebagai obyek dan peserta
<b>Pelaksanaan Kegiatan</b>		
Pemaparan Materi Pengembangan Bisnis melalui Metode Diversifikasi Produk bagi UMKM	Dosen sebagai pemateri dalam kegiatan PKM kepada UMKMbinaan RKS	Sebagai obyek dan peserta
Metode Pendampingan	Dosen sebagai pendamping dalam pelatihan dan FGD	Sebagai pelaksana
<b>Pasca Kegiatan</b>		
Evaluasi	Menyimpulkan terkait agenda pengabdian pada UMKM binaan RKS	Sebagai sumber pengamatan

### Kontribusi dan Partisipasi Mitra

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini memerlukan kontribusi dan partisipasi mitra sebagai berikut:

1. Rumah Kreatif Sleman (RKS)
  - a. Kontribusi dalam kegiatan PKM berupa penyediaan lokasi PKM (ruang kelas RKS) beserta prasarananya (LCD, meja, kursi, dll).
  - b. Partisipasi dalam kegiatan PKM adalah sebagai penghubung antara Tim PKM dengan mitra UMKM serta memberikan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan dan ketercapaian hasil kegiatan.
2. Mitra Pemilik atau Pengelola UMKM
  - a. Kontribusi dalam kegiatan PKM berupa masukan dalam evaluasi kegiatan.
  - b. Partisipasi dalam kegiatan PKM adalah sebagai peserta dalam kegiatan PKM.

### Ruang Lingkup/Objek

Ruang Lingkup atau Objek pengabdian masyarakat merupakan pengelola atau pemilik UMKM binaan Rumah Kreatif Sleman (RKS). Pada pengabdian ini, ruang lingkup permasalahan adalah terkait pelatihan sesuai tema yang telah ditetapkan.

### Bahan dan Alat Utama

Dalam melaksanakan pengabdian masyarakat ini, kami membutuhkan 1 ruang dan beberapa bahan pendukung kegiatan antara lain :

1. Materi pelatihan
2. Bahan ATK (kertas HVS, tinta printer, block note & ballpoint)
3. Perangkat elektronik (HP, Laptop, LCD, Speaker)
4. Konsumsi

Pada akhir kegiatan, Tim PKM akan melakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan dan ketercapaian tujuan kegiatan. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang akan mengukur kualitas kegiatan, kesesuaian kegiatan, dan manfaat kegiatan. Target responden adalah Mitra RKS dan Mitra UMKM.
2. Evaluasi ketercapaian mitra dilakukan dengan menggunakan kuesioner untuk mengukur pemahaman mitra sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan. Target responden adalah Mitra UMKM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian telah berkoordinasi beberapa kali dengan Pengelola Rumah Kreatif Sleman (RKS), yaitu Direktur RKS dan Koordinator Industri Kecil Menengah (IKM) RKS. Koordinasi meliputi materi pelatihan yang akan diberikan kepada peserta pada kegiatan PKM dan kesesuaiannya dengan kondisi peserta.

### **Pemaparan materi Diversifikasi Produk Bagi UMKM**

Diversifikasi produk dalam konteks UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) mengacu pada strategi di mana UMKM memperluas variasi produk atau layanan yang mereka tawarkan kepada pelanggan mereka. Ini bertujuan untuk mengurangi resiko bisnis, meningkatkan pangsa pasar, dan memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan. Adapun strategi yang dipaparkan pada saat pelatihan adalah sebagai berikut (Astuti 2021)

1. Memperkenalkan produk atau layanan baru

UMKM dapat menciptakan produk atau layanan yang berbeda dari yang mereka tawarkan sebelumnya. Ini bisa berarti menciptakan produk sepenuhnya baru atau memodifikasi produk yang ada. Dengan menciptakan turunan produk yang lebih spesifik menjadi keunggulan baru bagi para pelaku usaha.

2. Ekspansi lini produk

UMKM dapat menambahkan berbagai variasi produk atau layanan dalam lini mereka yang sudah ada. Misalnya, toko pakaian UMKM yang sebelumnya hanya menjual pakaian dewasa dapat mulai menawarkan pakaian anak-anak.

3. Diversifikasi geografis

UMKM dapat memperluas wilayah operasional mereka untuk mencapai pasar yang lebih luas atau menggantikan lini produk atau layanan yang lebih populer di lokasi tertentu.

4. Diversifikasi pelanggan

Diversifikasi pelanggan: UMKM dapat mencoba menargetkan segmen pelanggan yang berbeda atau menciptakan produk khusus untuk memenuhi kebutuhan kelompok pelanggan yang berbeda (Astuti 2021).



**Gambar 1.** Pemaparan Materi Strategi Diversifikasi Produk Bagi UMKM

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan perkembangan pelaksanaan kegiatan PKM yang dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa tahapan koordinasi dan perizinan dengan mitra akan memakan waktu lebih lama dari yang direncanakan. Namun hal tersebut tidak menjadi kendala dalam terlaksananya kegiatan tersebut. Mitra kerjasama yang mengetahui kondisi industri dapat memberikan kontribusi yang diperlukan dalam persiapan dan pelaksanaan kegiatan PKM, sehingga kegiatan tersebut merupakan solusi yang tepat atas permasalahan yang dihadapi mitra.

Kami juga memperhatikan bahwa isu-isu mitra industri sejalan dengan program yang kami berikan, sehingga kami yakin kebutuhan kelompok sasaran/audiens sejalan dengan materi yang kami sampaikan. Selain itu dalam hal ini kami membantu langsung pemerintah yaitu Rumah Kreatif Sleman dibawah naungan Dinas Perindustrian dan Dunia Usaha Sleman untuk melakukan sosialisasi dan memberikan pelatihan implementasi kepada para pelaku UMKM di Sleman. Rumah Kreatif Sleman telah menjadi mitra Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Respati Yogyakarta selama bertahun-tahun. Oleh karena itu kami yakin bahwa kerjasama ini sangat perlu untuk kami lanjutkan di tahun-tahun mendatang.

### B. Saran

Saran yang dirumuskan sesuai fungsi PKM adalah izin operasi lapangan dapat diberikan sebelum usulan operasi diajukan, sehingga tidak mempengaruhi jadwal operasi yang telah ditentukan. Kemudian fase kepatuhan awal penting untuk menciptakan program yang memenuhi kebutuhan mitra dan Rumah Kreatif Sleman dapat lebih aktif dan terkoordinasi dalam melakukan pembinaan dan koordinasi kepada pelaku UMKM untuk mengoptimalkan perannya sebagai jembatan antara perguruan tinggi dan pelaku UMKM. Dengan begitu, kerja sama dapat terus terjalin dengan baik dan membawa manfaat bagi semua pihak.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Respati Yogyakarta yang memberikan dukungan melalui hibah Internal. Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi, Program Studi Hubungan Internasional dan terutama kepada tim pengabdian yang telah bekerja sama dalam berpartisipasi dalam kegiatan ini. Terakhir penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Disperindag Kabupaten Sleman yang telah memfasilitasi kegiatan PKM kami.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amri, Fahimul 2017. "Permasalahan UMKM: Strategi dan Kebijakan". Prosiding Pluralisme dalam Ekonomi dan Pendidikan Universitas Negeri Malang 379.
- [2] Alves, Jose C., Tan Cheng Lok, YuBo Luo, and Wei Hao. 2020. "Crisis Management for Small Business during the COVID-19 Outbreak: Survival, Resilience and Renewal Strategies of Firms in Macau."
- [3] Astuti, Pembayun Puji 2021. "Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Upaya Menghadapi Persaingan." Jurnal Utilitas Universitas Muhammadiyah Prof DR. Hamka.
- [4] Kristiawan, M. 2016. "Corporate Governance in Micro, Small, and Medium Enterprises: A Study of Small and Medium Enterprises in Indonesia." Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura.

- [5] Pakpahan, Aknolt Kristian. 2020. "Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah." *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional Universitas Katolik Parahyangan* 59–64.
- [6] PPPM. 2023. *Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. PPM UNRIYO.*
- [7] Rohmah, Khaula Lutfiati, and Aditya Arisudhana. 2022. "Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Bantuan Pemerintah, Penggunaan Teknologi Dan Manajemen Krisis Terhadap Ketahanan UMKM Pada Masa Pandemi Covid- 19 Di Kabupaten Sleman." *JRAMB* 8:1–13.