

Pendampingan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital bagi UMKM Desa Kemang

**Lilis Permata Sari^{1*}, Valentino Argeto², Risma Widiastuti³, Dhea Annisya⁴,
Leriza Desitama Anggraini⁵, Hendry Natanael Gumano⁶, Endah Dewi Purnamasari⁷**

2021510020@students.uigm.ac.id^{1*}, vlageto1402@gmail.com²

^{1,3,7}Program Studi Manajemen

^{2,4,5}Program Studi Akuntansi

⁶Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas Indo Global Mandiri

Received: 07 08 2024. Revised: 28 09 2024. Accepted: 04 09 2024

Abstract : In the era of globalization that continues to develop, people are expected to adapt to increasingly advanced technological advances. This activity aims to strengthen MSME skills in financial management and digital marketing. This program helps people utilize social media and product branding techniques to increase sales and expand the market. The main target of this training and mentoring is the Kemang Village community, both from housewives, especially community leaders, to be more creative and innovative in managing their businesses, both in terms of financial records and marketing that can reach consumers widely. The implementation method used is through socialization and mentoring for the Kemang Village community. As a result, MSME actors in Kemang Village showed increased awareness and application of appropriate practices in marketing and financial management. This program shows how appropriate mentoring can encourage MSME growth and local economic welfare.

Keywords : Financial Management, Digital Marketing, Product Branding.

Abstrak : Pada Era globalisasi yang terus berkembang, masyarakat diharapkan untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang semakin maju. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat keterampilan UMKM dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Program ini membantu masyarakat memanfaatkan media sosial dan teknik branding produk untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar. Sasaran utama dari pelatihan serta pendampingan ini adalah masyarakat Desa Kemang baik dari ibu rumah tangga terutama tokoh masyarakat agar lebih kreatif dan inovatif dalam mengelola usaha, baik dari segi pencatatan keuangan maupun pemasaran yang dapat menjangkau konsumen secara luas. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah melalui sosialisasi dan pendampingan bagi masyarakat Desa Kemang. Hasilnya, pelaku UMKM di Desa Kemang menunjukkan peningkatan kesadaran dan aplikasi praktik yang tepat dalam pemasaran dan pengelolaan keuangan. Program ini menunjukkan bagaimana pendampingan yang tepat dapat mendorong pertumbuhan UMKM dan kesejahteraan ekonomi lokal.

Kata kunci : Pengelolaan Keuangan, Pemasaran Digital, *Branding* Produk.

ANALISIS SITUASI

Di era globalisasi ini, masyarakat harus beradaptasi dengan Perkembangan teknologi yang dinamis terus berlanjut, (Maulana et al., 2022). Perkembangan UMKM telah merambah ke wilayah perkotaan hingga perdesaan. (Lestari et al., 2022). Penyelenggaraan Pengabdian masyarakat Kuliah Kerja Nyata Tematik yang dirancang Kementerian tujuannya untuk mencari solusi atas kendala yang dihadapi oleh masyarakat. Pelaksanaan Pengabdian masyarakat didalam KKN-T adalah lambang untuk mewujudkan tridharma perguruan tinggi (Anugrah et al., 2022). Menurut (Anggraini et al., 2022) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang menguntungkan dan di rancang untuk mendukung makroekonomi dan mikroekonomi. Tantangan yang cukup rumit dihadapi oleh pemilik UMKM adalah pengelolaan keuangan. Tata kelola keuangan yang akurat adalah faktor keberhasilan dan kegagalan UMKM, (Savitri, 2018). Harapan dari pemberdayaan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran dan minset para pelaku atau pengusaha UMKM mengenai pentingnya pengelolaan keuangan, khususnya pembukuan setiap kegiatan usaha, sehingga laporan keuangan dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja UMKM. (Utama, 2017).

Selain itu, salah satu hal yang penting adalah kegiatan digital marketing bagi pelaku UMKM di Desa Kemang serta menjamin kelangsungan usaha para pemilik UMKM di Desa Kemang. Program pemasaran digital dapat meningkatkan penjualan, keuntungan dan ukuran pasar, memperdalam loyalitas pelanggan dan meningkatkan keunggulan kompetitif (Riyanto et al., 2022). Menurut (Ariyani et al., 2023) menjelaskan bahwa pemasaran bisnis yang dilakukan oleh UMKM memudahkan masyarakat dalam mengidentifikasi produk sehingga pelanggan dapat membeli secara *online*. Merek UMKM memerlukan keterampilan digital untuk menampilkan produk UMKM guna menarik daya beli konsumen (Syahputra et al., 2023). Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan kemampuan teknologi seperti media sosial/*e-commerce* (digital marketing) untuk berpromosi dalam skala yang lebih besar sehingga dapat menghemat biaya promosi (Purnamasari & Asharie, 2024). Kondisi di Desa Kemang Mengalami masalah tantangan utama dibidang Ekonomi yakni tidak mempunya mengelola keuangan dengan baik,

Banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) tidak memiliki pencatatan keuangan yang teratur dan sesuai standar, sehingga sulit untuk menjaga kinerja pertanian dan UMKM. Hal ini menjadi bagian penting dari keberhasilan atau kegagalan UMKM tersebut. Selain itu, pemasaran digitalnya kurang efektif. Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar adalah dengan menggunakan pemasaran digital. Pelaku UMKM

dapat mengurangi ketergantungan pada perantara dengan menjangkau konsumen yang lebih luas dengan memanfaatkan media sosial dan *platform e-commerce*. Maka dari itu dilakukannya pemberdayaan masyarakat ini diharapkan mampu untuk mengubah sudut pandang masyarakat desa kemang terutama pelaku UMKM, Adapun pihak yang terlibat adalah tokoh masyarakat yakni ibu Sekretaris Desa serta Ibu RT.10 Desa Kemang serta salah satu perwakilan Karang Taruni sebagai agen perubahan yang mampu untuk melanjutkan program pelatihan untuk kedepannya dan terus mendampingi pelaku UMKM dalam mengelola Keuangan dan pemasaran digital dengan baik dan juga tentunya pelaku UMKM dengan penyelenggara Mahasiswa KKN Desa Kemang Universitas Indo Global Mandiri.

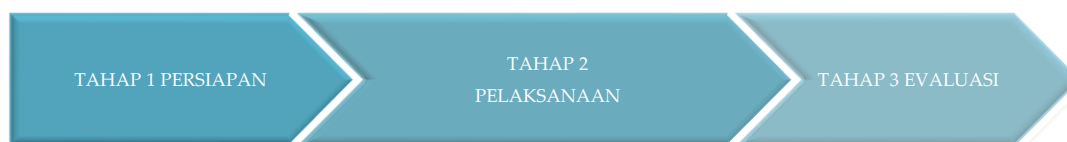
SOLUSI DAN TARGET

Pelatihan ini diselenggarakan di Hari Rabu, 24 Juli 2024, berlokasi di Posko KKN-T Kelompok 10 Desa Kemang. Pengabdian ini difokuskan kepada tokoh masyarakat yang diharapkan dapat menjadi agen perubahan di Desa kemang. Para peserta pelatihan diharapkan mampu menyampaikan kembali materi yang telah dipelajari kepada masyarakat lainnya, sehingga pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan dan pemasaran digital dapat tersebar luas di Desa Kemang. Kondisi sosial ekonomi di Desa Kemang cukup memadai, karena sebagian besar masyarakat Desa Kemang yang mata pencahariaanya pertanian nanas maupun perkebunan getah karet. Namun, pembukuan hasil penjualan pertanian tidak tersusun sesuai dengan standar. Selain itu, pemasaran digital juga menjadi prioritas untuk memperluas jangkauan penjualan hasil pertanian masyarakat Desa Kemang. Pemasaram *digital* memungkinkan produk pertanian Desa Kemang dikenal di pasar lokal, tetapi juga pasar regional dan nasional. Dengan memanfaatkan pemasaran digital, petani dapat menjajakan hasil inovasi produk pertanian dengan harga yang lebih kompetitif dan mengurangi ketergantungan pada perantara, dan meningkatkan nilai tambah produk. Diharapkan dengan strategi ini kesejahteraan masyarakat meningkat signifikan dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini menggunakan metode sosialisasi dan pendampingan bagi masyarakat desa kemang, Metode Pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan ini ada 3 penerapan tahapan utama, yakni: Tahap pertama Persiapan, Tahap kedua pelaksanaan, dan Tahap ketiga Evaluasi. Penjelasan lebih rinci adalah sebagai berikut: 1) Tahapan Persiapan dilakukan dengan melaksanakan survei lapangan dan melakukan diskusi awal dan koordinasi terlebih

dahulu kepada Bapak Kepala Desa, Dosen Pembimbing Lapangan, serta Tokoh-tokoh masyarakat yang akan menjadi Subjek pelatihan tersebut. 2) Tahap Pelaksanaan Penyampaian materi Penyampaian materi pelatihan yang meliputi pentingnya Pengelolaan Keuangan Bagi UMKM, Proses dan Tahapan Perhitungan Keuangan Sederhana, Pentingnya Pemasaran Digital Bagi UMKM, Tata Cara Mengelola Media Sosial Bagi UMKM, Pentingnya Branding Awareness, Tata Cara Penentuan dan Pemilihan Logo dan Merk. 3) Tahapan Evaluasi, Pada tahap ini dilakukan Penyampaian kesimpulan oleh tim pelaksana pelatihan dan pemberdayaan dan ditutup dengan pembagian format keuangan sederhana dan contoh Stiker Penjualan serta Pemberian id pengguna dan Password UMKM. Desa Kemang yang sebelumnya dikelola anak KKN-T agar tokoh-tokoh masyarakat ini dapat meneruskan dan mengelola sendiri UMKM yang ada di Desa Kemang tersebut.



Gambar 1. Rancangan Kegiatan

Menurut (Anggraini et al. 2024) Pengelolaan keuangan yang baik adalah salah satunya Penentu utama keberhasilan organisasi. Pengelolaan keuangan yang baik dimulai dari Pelaporan keuangan jelas, mudah dipahami dan dapat diandalkan. Hal ini akan berdampak langsung pada organisasi. Menurut (Anggraini et al 2021) Untuk prosedur penggalangan dana Dan sebagian dari pengeluaran ini sebaiknya dianggarkan untuk tabungan atau cadangan Menyediakan dana untuk tabungan masa depan atau pengeluaran tak terduga. Anda ingin mengurangi atau menghilangkan pinjaman dari lembaga keuangan yang ada. Menurut (Anggraini et al., 2024) Laporan L/R merupakan laporan keuangan yang memuat pendapatan, beban, dan laba atau rugi bersih suatu entitas pada periode akuntansi, yang menggambarkan kinerja operasional dengan menghitung perbedaan/selisih antara pendapatan dan biaya perhitungan laba di perhitungan ini akan menggunakan persamaan akuntansi dasar.

Laba (keuntungan) menunjukkan bagaimana posisi keuangan dari keuntungan perjualan yang diperoleh dengan cara langsung mengurangi pemasukan dan pengeluaran selama 1 periode masa perdagangan/penjualan. Hal ini sudah disosialisasikan pelaku usaha bisa memilih dengan berapa lama periode penjualan bisa 1 tahun, 1 bulan ataupun 3 bulan masa periode perdagangan. Tata kelola keuangan yang digunakan dalam program pendampingan ini yakni Melakukan pencatatan Keuangan yang Akurat dengan mencatat dengan jelas dan teratur yang mencakup pemasukan dan pengeluaran dari berbagai kegiatan

operasional yang dikeluarkan. Dalam pengabdian ini disarankan agar masyarakat Desa Kemang menggunakan buku kas dengan metode keuangan sederhana. Selanjutnya, pengabdian ini dijelaskan juga mengenai Menghitung Laba dengan rumus sebagai berikut.

Labanya = Pemasukan – Pengeluaran. Hal ini sangat penting bagi pelaku UMKM dalam memahami cara menghitung Laba/Rugi agar dapat mengetahui posisi keuangan yang tepat.

HASIL DAN LUARAN

Kegiatan Pendampingan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital bagi UMKM Desa Kemang, yang dilaksanakan oleh Kelompok 10 KKN-T Universitas Indo Global Mandiri, telah memberikan dampak positif terhadap kesadaran masyarakat Desa Kemang mengenai pentingnya pengelolaan keuangan dan pemasaran digital, dengan menghadirkan narasumber yang kompeten di bidang keuangan dan pemasaran. Gambar dibawah menunjukkan pelatihan pengelolaan keuangan yang memberikan pemahaman yang komprehensif kepada para tokoh masyarakat yang hadir mengenai cara mengelola keuangan UMKM secara sederhana. Strategi pemasaran merupakan upaya untuk memasarkan produk berupa barang atau jasa dengan menggunakan berbagai taktik dan teknik pemasaran. Tujuannya adalah untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Pada era globalisasi saat ini, pemasaran dapat dilakukan dengan mudah dan secara gratis. Jika sebelumnya pemasaran dilakukan dengan membagikan brosur serta mengeluarkan biaya, kini dapat memanfaatkan berbagai *platform digital* seperti *Instagram adds*, *Whatsapp business*, *Tiktok shop* dan lainnya. Pemasaran atau promosi produk melalui media sosial dilakukan untuk meningkatkan angka penjualan sehingga laba yang dihasilkan pun akan meningkat.

Hasil yang sangat menggembirakan terlihat setelah pelaksanaan pendampingan, dimana beberapa ibu rumah tangga telah berhasil memulai usaha kecil-kecilan dan memasarkan produknya melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa program pendampingan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya melakukan pencatatan keuangan serta pemasaran *digital* mendorong mereka untuk mengambil tindakan nyata. Selain meningkatkan minat dalam memasarkan produk melalui media sosial, program pendampingan ini juga berhasil mengidentifikasi kebutuhan tambahan peserta, yaitu pelatihan desain grafis secara khusus. Permintaan akan pembuatan banner, logo, dan stiker menunjukkan bahwa para peserta memiliki kesadaran akan pentingnya branding yang baik untuk meningkatkan daya tarik Produk. Tata Kelola UMKM yang baik yang dapat menciptakan perekonomian menjadi tangguh. Oleh karena itu hal ini sebaiknya sejalan dengan manajemen keuangan yang teratur

pula dan salah satu hambatan yang kerap dihadapi oleh pemilik UMKM adalah terkait pencatatan keuangan usaha.



Gambar 2. Pelatihan Pengelolaan Keuangan, *Branding* Produk dan Pemasaran *Digital*

Banyak pemilik UMKM yang belum memahami standar akuntansi, tidak mengumpulkan bukti-bukti transaksi yang dilakukan, dan tidak dilakukannya pembukuan pemasukan dan pengeluaran bagi usaha yang dijalankan. UMKM memiliki peran penting dalam mengatasi pengangguran di suatu daerah atau wilayah. Keberadaan UMKM dapat menciptakan kesempatan lapangan pekerjaan sehingga akan mensejahterakan perekonomian bagi masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan UMKM sangat penting sebagai bentuk dukungan terhadap percepatan kesejahteraan yang merata bagi masyarakat. Dengan pengembangan UMKM yang tepat dapat meningkatkan persaingan antara produk produk lokal dan berkontribusi dalam peningkatan perekonomian masyarakat. Selain itu dalam konteks pengembangan UMKM, upaya seperti program pendampingan ini sangat penting karena tidak hanya memberikan pelatihan tetapi juga membangun fondasi yang kuat bagi pelaku UMKM untuk bertahan dan berkembang.

Pengelolaan administrasi dan pencatatan keuangan yang baik adalah aspek penting yang harus diperhatikan untuk memastikan keberlanjutan usaha. Kegiatan ini juga menyoroti perlunya pelatihan lanjutan dalam desain grafis untuk mendukung branding, yang merupakan elemen penting dalam pemasaran digital. Dengan meningkatnya kesadaran mengenai pentingnya branding dan pemasaran digital, pelaku UMKM di Desa Kemang diharapkan dapat memanfaatkan berbagai alat dan teknik pemasaran online. Hal ini dapat membantu pelaku UMKM di Desa Kemang untuk memperluas jangkauan pasar secara luas dan bersaing secara kompetitif. Penting juga untuk terus mengembangkan keterampilan dalam pengelolaan keuangan agar usaha dapat dikelola dengan lebih efisien.



Gambar 3. Foto bersama Peserta Sosialisasi

Program ini menunjukkan bahwa dengan pelatihan yang tepat dan dukungan yang memadai, masyarakat dapat mengatasi berbagai tantangan serta memanfaatkan kesempatan yang ada untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Keberhasilan ini juga menegaskan perlunya pendekatan yang holistik dalam mendukung pengembangan UMKM, yang mencakup pelatihan dalam pemasaran, pengelolaan keuangan, dan branding, serta dukungan terhadap infrastruktur teknologi yang diperlukan. Secara keseluruhan, program pendampingan ini merupakan contoh positif dari bagaimana intervensi yang terarah dapat memberikan dampak yang signifikan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pengembangan sektor UMKM di tingkat lokal.

SIMPULAN

Program Pendampingan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital bagi Masyarakat Desa Kemang berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pencatatan keuangan yang akurat dan penggunaan pemasaran digital untuk memajukan usaha UMKM. Dengan memanfaatkan potensi besar di sektor pertanian, program ini memberikan masyarakat keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola keuangan dengan baik dan memperluas jangkauan pasar melalui media sosial. Hasil nyata dari program ini adalah peningkatan kesadaran dan aksi dari masyarakat, seperti ibu rumah tangga yang mulai memasarkan produk secara *online*. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa dengan pelatihan yang tepat, masyarakat dapat mengoptimalkan potensi lokal untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Untuk meningkatkan dampak program ini, disarankan untuk melanjutkan pelatihan lanjutan seperti desain grafis untuk branding produk dan memperluas jaringan antara usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Kemang dan daerah lain. Oleh karena itu, program ini dapat terus membantu masyarakat dalam mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, L. D., Faradillah, & Winne Rosalina. (2022). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM Pada Pelaku Usaha Clothing Line. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 540–546. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.9745>
- Anggraini, L. D., Putri, A. U., & Purnamasari, E. D. (2021). Pendampingan Penyusunan Dan Pengendalian Kas Rumah Tangga Guna Mencegah *Family Financial Distress* Di Desa Sugiwaras Talang Jambe Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 5(1), 7–12. <https://doi.org/10.36982/jam.v5i1.1501>
- Anggraini, L. D., Putri, A. U., Ghina, A., Habibah, S., & Lusiana, S. A. (2024). Pelatihan akuntansi dasar home industry bagi ibu rumah tangga dalam upaya meningkatkan pendapatan keluarga di kota Palembang. 8, 1490–1496. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v8i2.23367>
- Anugrah, R., Perwirianto, H. W., Zulfania, M., Ratih, D., Aprilianda, E. N., Haryawan, S. H., Rachmawan Putra, M. A., Wardana, B. S., Cahya, R. A., Ramadhan, R. T., & Arum, D. P. (2022). Penerapan Branding Produk dan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 740–746. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4702>
- Ariyani, A. D., Fajri, R. N., Hidayah, N., Layli, M., Setiawan, D. F., Sari, S. W. H. P., Maula, D. I., & Hisam, M. (2023). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran Bisnis Digital Untuk Pelaku Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 477. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.12260>
- Leriza Desitama Anggraini, Wulandari, T., Purnamasari, E. D., & Faradillah. (2024). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Dana Desa Dalam Meningkatkan Akuntabilitas Di Desa Lembak Kabupaten Muara Enim. *Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v5i1.3700>
- Lestari, P. A., Anggraini, L. D., Ratu, M. K., & Purnamasari, E. D. (2022). Pendampingan Pencatatan Akuntansi Sederhana Pada Umkm Kerupuk Dan Kempiang Di Desa Lembak Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1380. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i3.10456>
- Maulana, M. A., Derhawan, M. A., Halin, H., Komariah, S., & Hildayanti. (2022). Program Mbkm Mahasiswa Indo Global Mandiri Pelatihan *Packaging Shape* Inovasi Kemasan

- Dan Proses Bisnis Asinan Nanas Di Desa Kemang. *Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 1–4. <https://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/4419>
- Novitasari, D. S., Marseto, & Nisa, F. L. (2023). Pendampingan Umkm Menuju Industri Kreatif Melalui Implementasi Digital Marketing Kepada Pelaku UMKM Desa Kedungdalem, Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Selaparang*. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i3.16002>
- Purnamasari, E. D., & Asharie, A. (2024). Digitalisasi Umkm, Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Di Era New Normal Pandemi Covid 19. *Jesya*, 7(1), 348–361. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1416>
- Riflanita, V., Falah, R. M., Pangestu, S., & Metasari, A. (2022). Pelatihan Branding Produk Umkm Dan Digital Branding Kerupuk Kulit Rambakku. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/14480>
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.11534>
- Savitri, R. V. (2018). Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada UMKM Mr. Pelangi Semarang). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 5(2), 117–125. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/20808/20499>
- Syafitri, L., Pebriani Aziatul, R., & Roswaty. (2024). Pelatihan digital marketing hasil pertanian untuk meningkatkan pendapatan usaha di desa Tapus. 8, 2016–2022. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v8i2.23606>
- Syahputra, R. A., Putri, C. W. A., Maliza, N. O., & Lestari, R. (2023). Peningkatan Kemampuan Branding UMKM Melalui Proses Digitalisasi Bisnis. *Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(1), 521–527. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/871>
- Utama, A. A. G. S. dan D. P. (2017). Pengabdian Masyarakat Desa Taman Sari : Optimalisasi Kinerja UMKM melalui Pelatihan Akuntansi Sederhana. *Seminar Nasional Hasil Peneltian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNIPMA*, 357–360. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SNHP/article/view/812>