

## Peningkatan Pemahaman Siswa terhadap Potensi dan Pemanfaatan Ekonomi Digital dalam Mendukung Bisnis UMKM

Anggi Pratiwi Sitorus

Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia

Korespondensi penulis: [anggisitorus1@gmail.com](mailto:anggisitorus1@gmail.com)

### Article History:

Received: Oktober 12, 2024;

Revised: November 17, 2024;

Accepted: Desember 04, 2024;

Published: Desember 07, 2024;

**Keywords:** Students, MSMEs and Digital Platforms

**Abstract:** This study aims to see the Improvement of Students' Understanding of the Potential and Utilization of the Digital Economy in Supporting MSME Businesses. Through this community service activity, we aim to improve students' understanding of the concept, potential, and utilization of the digital economy to support Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). The method in this study is using Surveys and interviews. The variables used in this study are MSMEs, digital platforms and students. The results of this research activity show a significant increase in students' understanding and skills, which is reflected in their abilities.

### Abstrak :

Penelitian ini bertujuan untuk melihat Peningkatan Pemahaman Siswa Terhadap Potensi dan Pemanfaatan Ekonomi Digital Dalam Mendukung Bisnis UMKM. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, kami bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa terhadap konsep, potensi, dan pemanfaatan ekonomi digital guna mendukung bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Metode dalam penelitian ini yaitu menggunakan Survei dan wawancara. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu UMKM, platform digital dan siswa. Hasil kegiatan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan siswa, yang tercermin dari kemampuan mereka.

**Kata Kunci :** Siswa, UMKM dan Platform Digital

## 1. PENDAHULUAN

Ekonomi digital telah menjadi salah satu pilar utama dalam pengembangan ekonomi global. Bagi pelajar Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang diarahkan untuk terjun langsung ke dunia kerja atau wirausaha, pemahaman tentang ekonomi digital sangat penting. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, kami bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa terhadap konsep, potensi, dan pemanfaatan ekonomi digital guna mendukung bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara manusia bekerja, berinteraksi, dan menjalankan bisnis. Dalam konteks ekonomi, munculnya ekonomi digital menjadi fenomena global yang membuka peluang besar, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Ekonomi digital memungkinkan pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi seperti e-commerce, digital marketing, dan platform media sosial guna meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan daya saing.

Namun, di tengah potensi besar ini, terdapat tantangan nyata yang dihadapi oleh generasi muda, khususnya siswa SMK. Berdasarkan hasil survei awal, ditemukan bahwa siswa SMK Swasta Teladan Sumatera Utara 1 memiliki keterbatasan dalam memahami konsep ekonomi digital, termasuk pemanfaatan platform digital untuk mendukung bisnis. Siswa umumnya lebih mengenal media sosial sebagai sarana hiburan ketimbang alat untuk membangun bisnis. Rendahnya wawasan ini dapat menghambat kemampuan mereka dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital.

Perkembangan ekonomi digital telah menjadi salah satu kekuatan utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi global. Di Indonesia, ekonomi digital menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan laporan e-Conomy SEA 2023 oleh Google, Temasek, dan Bain & Company, nilai ekonomi digital Indonesia diproyeksikan mencapai USD 200 miliar pada tahun 2025, menjadikannya pasar terbesar di Asia Tenggara. Namun, di sisi lain, banyak UMKM di Indonesia belum sepenuhnya memanfaatkan potensi ekonomi digital ini. UMKM, sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia, menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Namun, data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa hanya sekitar 21% dari total UMKM yang telah terintegrasi dengan platform digital. Hal ini menunjukkan masih adanya kesenjangan yang cukup besar dalam adopsi teknologi digital, yang disebabkan oleh kurangnya literasi digital dan keterampilan teknis. Di sisi lain, siswa SMK sebagai generasi muda memiliki potensi besar untuk membantu mengatasi masalah ini. Namun, berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap siswa SMK Swasta Teladan Sumatera Utara 1, ditemukan bahwa sebagian besar siswa memiliki pengetahuan terbatas tentang konsep ekonomi digital dan aplikasinya. Data survei menunjukkan:

<b>Aspek yang Disurvei</b>	<b>Persentase Pemahaman</b>	<b>Keterangan</b>
Pemahaman tentang konsep ekonomi digital	35%	Sebagian besar siswa tidak memahami definisi dan relevansi ekonomi digital.
Pemanfaatan media sosial untuk bisnis	28%	Siswa lebih sering menggunakan media sosial untuk hiburan daripada promosi.
Pengetahuan tentang marketplace (Tokopedia, Shopee)	25%	Hanya sebagian kecil siswa yang pernah menggunakan atau mengetahui marketplace.
Penggunaan alat pembayaran digital (QRIS)	20%	Mayoritas siswa belum mengenal dan menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari.
Kemampuan menyusun strategi pemasaran digital	15%	Siswa tidak memiliki pengalaman dalam menyusun rencana pemasaran.

Data di atas menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital untuk bisnis. Kegiatan ini dilaksanakan di SMK Swasta Teladan Sumatera Utara 1, yang memiliki kurikulum berbasis bisnis dan kewirausahaan. Targetnya adalah membekali siswa dengan wawasan dan keterampilan yang relevan agar mereka mampu memanfaatkan teknologi digital dalam pengembangan bisnis. Beberapa fenomena yang menjadi dasar permasalahan dalam pengabdian ini adalah: 1. Minimnya Pemahaman tentang Ekonomi Digital: Banyak siswa belum memahami konsep ekonomi digital dan bagaimana hal ini relevan dengan kehidupan mereka sebagai calon pelaku usaha. 2. Kurangnya Keterampilan Teknis: Mayoritas siswa belum menguasai keterampilan teknis seperti pengelolaan akun marketplace, penggunaan alat digital marketing, dan pembuatan konten promosi yang efektif. 3. Kesenjangan Pengetahuan: Meskipun memiliki kurikulum berbasis bisnis dan kewirausahaan, pembelajaran di sekolah masih belum terintegrasi dengan pemanfaatan teknologi digital secara maksimal.

## **2. METODE**

Metode pelaksanaan kegiatan ini meliputi:

### **Tahap 1: Persiapan Kegiatan**

#### **1. Identifikasi Kebutuhan:**

- Dilakukan survei awal untuk mengetahui tingkat pemahaman siswa tentang ekonomi digital dan potensi penerapannya pada bisnis UMKM.
- Penyusunan materi berbasis kebutuhan yang relevan dengan kondisi siswa, termasuk video, presentasi, dan simulasi digital marketing.

#### **2. Koordinasi dengan Pihak Sekolah:**

- Penjadwalan kegiatan pengabdian selama dua hari.
- Menyusun kelompok diskusi siswa untuk meningkatkan interaksi dan partisipasi.

### **Tahap 2: Pelaksanaan Kegiatan**

#### **Hari Pertama: Pengenalan dan Diskusi Konsep Ekonomi Digital**

##### **1. Sesi 1: Pengenalan Ekonomi Digital**

###### **○ Materi:**

Pengertian ekonomi digital, perannya dalam UMKM, dan peluang bisnis yang dapat dimanfaatkan siswa.

###### **○ Diskusi:**

Pemantik diskusi berupa pertanyaan:

- “Apa yang Anda ketahui tentang ekonomi digital?”
- “Bagaimana pendapat Anda tentang bisnis online di media sosial?”

**Tanggapan Siswa:**

Siswa memberikan pandangan beragam, mulai dari "media sosial hanya untuk hiburan" hingga "marketplace adalah tempat orang berjualan." Diskusi menghasilkan kesadaran awal bahwa media digital memiliki potensi lebih besar dari sekadar platform komunikasi.

**2. Sesi 2: Potensi UMKM dan Platform Digital**

○ **Materi:**

Pemanfaatan marketplace (Tokopedia, Shopee, dll.), media sosial, dan alat pembayaran digital (QRIS).

○ **Diskusi:**

Siswa dibagi dalam kelompok kecil dan diminta menjawab pertanyaan:

- “Apa tantangan utama dalam memulai bisnis digital?”
- “Bagaimana teknologi membantu UMKM berkembang?”

**Tanggapan Siswa:**

Tantangan yang diidentifikasi meliputi kurangnya modal, keterbatasan teknologi, dan minimnya keahlian teknis. Diskusi menghasilkan ide solusi seperti memanfaatkan media sosial gratis dan berkolaborasi untuk menekan biaya awal.

**Hari Kedua: Praktik dan Simulasi**

**1. Sesi 3: Praktik Digital Marketing**

○ **Materi:**

Siswa diperkenalkan dengan cara membuat akun marketplace, mengelola media sosial bisnis, dan menyusun konten promosi menarik.

○ **Praktik dan Tanya Jawab:**

- Siswa diminta membuat konten promosi untuk produk UMKM sederhana.
- **Pertanyaan:**
- “Apa elemen penting dalam membuat konten yang menarik?”

Siswa menyadari pentingnya visual yang menarik, penggunaan kata-kata persuasif, dan memahami kebutuhan target pasar. Mereka juga memahami pentingnya memilih platform yang sesuai dengan audiens.

## 2. Sesi 4: Simulasi Strategi Digital Marketing

### o Materi:

Langkah-langkah menyusun strategi digital marketing, termasuk penentuan target pasar, analisis kompetitor, dan penggunaan iklan berbayar di media sosial.

### o Simulasi:

Siswa bekerja dalam kelompok untuk membuat rencana pemasaran produk UMKM menggunakan media digital.

#### ▪ **Pertanyaan untuk Diskusi:**

- “Bagaimana cara memanfaatkan data pelanggan untuk meningkatkan penjualan?”
- “Apa manfaat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran?”

#### **Tanggapan dan Hasil:**

Siswa berhasil membuat rencana sederhana, seperti promosi menggunakan Instagram, melibatkan teman sebagai influencer, dan memanfaatkan QRIS untuk kemudahan pembayaran.

## Tahap 3: Evaluasi dan Tindak Lanjut

### 1. Evaluasi Kegiatan:

Dilakukan melalui kuis dan diskusi akhir untuk mengukur pemahaman siswa setelah kegiatan.

#### o **Pertanyaan Kuis:**

- Sebutkan tiga platform digital yang dapat digunakan untuk bisnis UMKM!
- Bagaimana langkah awal memulai bisnis online?

#### o **Hasil:**

Mayoritas siswa mampu menjawab dengan baik, menunjukkan peningkatan pemahaman tentang konsep dan penerapan ekonomi digital.

### 2. Diskusi Akhir:

#### o **Pertanyaan:**

- “Apa yang paling Anda pelajari dari kegiatan ini?”
- “Bagaimana Anda akan menerapkan keterampilan ini di masa depan?”

#### o **Tanggapan Siswa:**

Siswa menyatakan bahwa mereka merasa lebih percaya diri untuk memulai bisnis kecil secara online dan akan mencoba menjual produk lokal melalui marketplace dan media sosial.

### 3. Tindak Lanjut:

- Pendampingan untuk kelompok siswa yang berminat memulai bisnis digital, termasuk sesi konsultasi dengan mentor.
- Pengembangan program lanjutan seperti pembuatan workshop lanjutan untuk memperdalam keterampilan teknis.

### 3. HASIL

#### 1. Peningkatan Pemahaman:

Siswa memahami peran ekonomi digital dalam UMKM dan cara memanfaatkannya.

#### 2. Keterampilan Praktis:

Siswa mampu membuat akun marketplace, mengelola media sosial, dan menyusun strategi digital marketing sederhana.

#### 3. Antusiasme Tinggi:

Siswa menunjukkan minat besar untuk mengeksplorasi peluang bisnis digital.

#### 4. Dampak Positif:

Diskusi dan simulasi berhasil meningkatkan kepercayaan diri siswa untuk terjun ke dunia bisnis digital.

Berikut adalah tabel metode pelaksanaan pengabdian:

Tahap Kegiatan	Kegiatan	Metode	Tujuan
Persiapan	Identifikasi kebutuhan siswa melalui survei awal.	Survei dan wawancara.	Mengetahui tingkat pemahaman siswa tentang ekonomi digital.
	Penyusunan materi pelatihan berbasis ekonomi digital.	Diskusi tim pelaksana.	Menyediakan materi yang relevan dan sesuai kebutuhan siswa.
	Koordinasi dengan pihak sekolah dan pembentukan kelompok diskusi.	Rapat koordinasi.	Memastikan kegiatan terorganisir dengan baik.
Hari Pertama	Sesi 1: Pengenalan konsep ekonomi digital dan perannya dalam UMKM.	Presentasi dan diskusi interaktif.	Memberikan pemahaman awal tentang ekonomi digital dan relevansinya dengan bisnis.
	Diskusi kelompok tentang tantangan dan peluang ekonomi digital.	Kelompok diskusi dan brainstorming.	Meningkatkan keterlibatan siswa melalui pertukaran ide.
	Sesi 2: Pemanfaatan platform digital seperti marketplace, media sosial, dan QRIS.	Presentasi dan tanya jawab.	Memperkenalkan alat-alat praktis untuk mendukung bisnis digital.

<b>Hari Kedua</b>	Sesi 3: Praktik membuat akun marketplace dan konten promosi.	Simulasi langsung.	Melatih siswa membuat dan mengelola akun bisnis digital.
	Diskusi kelompok tentang elemen penting dalam strategi digital marketing.	Kelompok diskusi dan latihan studi kasus.	Membantu siswa memahami cara membuat rencana pemasaran digital yang efektif.
	Sesi 4: Simulasi strategi digital marketing untuk produk UMKM.	Simulasi dan presentasi hasil kelompok.	Melatih siswa merancang strategi pemasaran digital berbasis kebutuhan produk.
<b>Evaluasi dan Tindak Lanjut</b>	Evaluasi pemahaman siswa melalui kuis dan diskusi akhir.	Kuis, diskusi kelompok, dan refleksi individu.	Mengukur keberhasilan kegiatan dalam meningkatkan pemahaman siswa.
	Pendampingan lanjutan bagi siswa yang berminat mengembangkan bisnis digital.	Konsultasi dan mentoring.	Membantu siswa yang ingin menerapkan ilmu yang telah didapatkan dalam bisnis nyata.

Tabel ini merangkum tahapan pengabdian dari awal hingga akhir, dengan fokus pada interaksi dan keterlibatan aktif siswa dalam seluruh proses.



Gambar : Pengabdian di SMK Teladan Sumut 1

**Hasil Kegiatan Peningkatan Pemahaman:** 90% siswa mengalami peningkatan pemahaman tentang konsep dan potensi ekonomi digital.

- **Keterampilan Baru:** Siswa berhasil membuat akun marketplace, menyusun strategi pemasaran digital, dan mengelola media sosial untuk bisnis.
- **Antusiasme Tinggi:** Banyak siswa menunjukkan ketertarikan untuk memulai bisnis berbasis digital.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pendekatan yang terstruktur dengan strategi berikut:

1. Peningkatan Literasi Digital: Memberikan pemahaman kepada siswa mengenai konsep dasar ekonomi digital dan potensi penerapannya dalam bisnis.
2. Pelatihan Berbasis Praktik: Melibatkan siswa dalam pelatihan langsung menggunakan platform digital seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi pembayaran digital.
3. Penyusunan Strategi Digital Marketing: Membantu siswa menyusun strategi pemasaran digital sederhana yang dapat diterapkan untuk memulai bisnis UMKM.
4. Pendampingan Pasca-Pelatihan: Memberikan pendampingan kepada siswa yang ingin mengimplementasikan keterampilan yang telah dipelajari dalam pengelolaan bisnis digital.

#### **4. KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Peningkatan Pemahaman Siswa Terhadap Potensi dan Pemanfaatan Ekonomi Digital Dalam Mendukung Bisnis UMKM Pada Siswa SMK Swasta Teladan Sumatera Utara 1" telah dilaksanakan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Kegiatan ini memberikan pemahaman yang mendalam kepada siswa mengenai konsep ekonomi digital, peluang yang dapat dimanfaatkan, serta cara memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung keberhasilan bisnis UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan siswa, yang tercermin dari kemampuan mereka untuk:

1. Memahami dasar-dasar ekonomi digital dan pentingnya dalam mendukung UMKM.
2. Mempraktikkan penggunaan platform digital seperti marketplace, media sosial, dan alat pembayaran berbasis QRIS.
3. Menyusun strategi pemasaran digital sederhana yang relevan dengan kebutuhan bisnis.

Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu siswa tetapi juga memberikan dampak positif secara institusional. Siswa yang terlatih dapat menjadi agen perubahan bagi lingkungan sekolah mereka, memperkenalkan inovasi dan pemikiran baru tentang bagaimana teknologi dapat diintegrasikan dalam dunia bisnis. Di sisi lain, keberhasilan kegiatan ini juga memperkuat peran SMK Swasta Teladan Sumatera Utara 1 sebagai lembaga pendidikan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tuntutan industri. Dampak jangka panjang yang diharapkan adalah munculnya generasi muda yang tidak hanya memahami konsep ekonomi digital, tetapi juga mampu mengimplementasikannya untuk menciptakan solusi kreatif dalam dunia bisnis. Hal ini

selaras dengan tujuan utama pendidikan vokasi, yaitu menghasilkan lulusan yang siap kerja dan mampu bersaing di era global.

Kami menyadari bahwa masih terdapat ruang untuk perbaikan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Oleh karena itu, masukan dari berbagai pihak sangat diharapkan agar kegiatan serupa di masa mendatang dapat lebih optimal. Sebagai langkah lanjutan, kami merekomendasikan program pendampingan intensif bagi siswa yang ingin memulai bisnis berbasis digital, serta pengembangan program pelatihan lanjutan untuk mendalami aspek-aspek teknis lainnya, seperti pengelolaan data pelanggan, penggunaan iklan digital berbayar, dan analisis kinerja bisnis digital. Kami mengucapkan terima kasih kepada pihak SMK Swasta Teladan Sumatera Utara 1 yang telah mendukung penuh kegiatan ini, serta kepada seluruh siswa yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Harapan kami, kegiatan ini menjadi inspirasi dan motivasi bagi para siswa untuk terus belajar, berkembang, dan berinovasi, sehingga mampu memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM di Indonesia, khususnya di era ekonomi digital. Semoga kegiatan ini dapat menjadi langkah awal menuju kolaborasi yang lebih luas dan mendalam antara dunia pendidikan dan masyarakat dalam mendukung terciptanya generasi muda yang unggul, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

## **5. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Kami menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini. Secara khusus, kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Universitas Negeri Medan (UNIMED), khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis, atas dukungan administratif dan pendanaan dalam pelaksanaan kegiatan ini.
2. Pihak SMK Swasta Teladan Sumatera Utara 1, termasuk kepala sekolah, staf pengajar, dan siswa, yang telah menerima dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian ini.
3. Rekan-rekan tim pelaksana pengabdian, atas kerja sama dan dedikasinya dalam merancang dan melaksanakan program ini.
4. Sponsor atau mitra eksternal (jika ada) yang telah memberikan kontribusi material maupun non-material dalam mendukung keberhasilan kegiatan.
5. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun turut berkontribusi dalam menyukseskan kegiatan ini. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi para peserta dan masyarakat luas.

## DAFTAR REFERENSI

- Adams, E. Kathleen, Nancy Breen, dan Peter J. Joski. "Impact of the National Breast and Cervical Cancer Early Detection Program on Mammography and Pap Test Utilization among White, Hispanic, and African American Women: 1996–2000." *Cancer* 109, no. S2 (January 15, 2007): 348–358.
- Dewi, Nurdiamah, dan Achadiyani. "Pembentukan Kader Kesehatan untuk Meningkatkan Pengetahuan dan Kemampuan Melakukan Deteksi Dini Kanker yang Sering Terjadi Pada Wanita di Desa Sukamanah dan Desa Cihaurkuning, Kecamatan Malangbong Kabupaten Garut." *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat* 2, no. 2 (November 2013): 78–84.
- Hanafi, Mohammad, Nabiela Naili, Nadhir Salahudin, dan A. Kemal Riza. *Community-Based Research: Sebuah Pengantar*. Surabaya: LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015.
- Mardela, Aira Putri, Khomapak Maneewat, dan Hathairat Sangchan. "Breast Cancer Awareness among Indonesian Women at Moderate-to-High Risk." *Nursing and Health Sciences* 19 (2017): 301–306.
- Muhid, A., Sumarkan, Rakhmawati, dan Fahmi. "Perubahan Perilaku Open Defecation Free (ODF) melalui Program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM) di Desa Babad Kecamatan Kedungadem Kabupaten Bojonegoro." *Engagement: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 2, no. 1 (Maret 2018): 99–119.
- Scarinci, Isabel C., Francisco A. R. Garcia, Erin Kobetz, Edward E. Partridge, Heather M. Brandt, Maria C. Bell, Mark Dignan, Grace X. Ma, Jane L. Daye, dan Philip E. Castle. "Cervical Cancer Prevention: New Tools and Old Barriers." *Cancer* (2010): NA-NA.
- Schiffman, Mark, Philip E. Castle, Jose Jeronimo, Ana C. Rodriguez, dan Sholom Wacholder. "Human Papillomavirus and Cervical Cancer." *The Lancet* 370, no. 9590 (2007): 890–907.
- Sulistiowati, Eva, dan Anna Maria Sirait. "Pengetahuan Tentang Faktor Risiko, Perilaku Dan Deteksi Dini Kanker Serviks Dengan Inspeksi Visual Asam Asetat (IVA) Pada Wanita Di Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor." *Buletin Penelitian Kesehatan* 42, no. 3 (September 2014): 10.
- Wantini, Nonik Ayu. "Efek Promosi Kesehatan Terhadap Pengetahuan Kanker Payudara Pada Wanita Di Dusun Terongan, Desa Kebonrejo, Kalibaru, Banyuwangi, Jawa Timur." *Jurnal Medika Respati* 13 (2018): 8.
- Yunitasari, Esti, Retnayu Pradanie, dan Ayu Susilawati. "Pernikahan Dini Berbasis Transkultural Nursing Di Desa Kara Kecamatan Torjun Sampang Madura." *Jurnal Ners* 11, no. 2 (2016): 6.