



Pelatihan Digital Marketing dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa di Bidang Eneterpreneurship

Anda Yanny^{1*}, Ronda Deli Sianturi², Melda Panjaitan³, Sumiyati Adelina Hutabarat⁴, Siti Nurhabibah Hutagalung⁵, Norenta Sitohang⁶

(Universitas Budi Darma, ^{1,2,3,4,5,6,..})

Info Artikel

Diajukan: -

Diterima: -

Diterbitkan: -

Kata Kunci:

Digital Marketing; Kompetensi;
Enterpreneurship

Keywords:

Digital Marketng 1; Kompetensi
2; Enterperenurship 3



Lisensi: cc-by-sa

Copyright ©2024 Anda Yanny

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan mengenalkan digital marketing kepada siswa dan siswi sekaligus meningkatkan kompetensi mereka di bidang berwirausaha. Kegiatan ini mengasikkan empat kompetensi yaitu keterampilan berpikir kritis, keterampilan kreativitas, keterampilan berkomunikasi, serta keterampilan berkolaborasi. Kegiatan ini dilaksanakan di SMU Negeri 14 Medan dengan sasaran siswa dan siswi kelas XII berjalan dengan lancar, bahkan siswa dan siswi sangat antusias mengikutinya dan berlomba lomba mendesain promosi produk melalui platform canva. Metode pelaksanaan kegiatan ini dengan metode ceramah yang memberikan penjelasan mengenai teori dan pengalaman di bidang digital marketing, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan langsung membuat bentuk promosi, harga dan tampilan produk. Pada sesi terakhir siswa diharuskan menjelaskan hasil dari tampilan digital marketing mereka secara berkelompok. Kegiatan yang menghabiskan waktu kurang lebih 4 jam ini menghasilkan pemahaman kepada siswa dibidang digital marketing dengan harapan kelak akan menjadi ilmu mereka jika ingin berwirausaha nantinya.

Abstract

This community service activity aims to introduce digital marketing to students and students while increasing their competence in the field of entrepreneurship. This activity produces four competencies, namely critical thinking skills, creativity skills, communication skills and collaboration skills. This activity was carried out at SMU Negeri 14 Medan with the target of class. The method for carrying out this activity is a lecture method that provides an explanation of theory and experience in the field of digital marketing, then continued with direct training in creating promotions, prices and product displays. In the final session, students were required to explain the results of their digital marketing display in groups. This activity, which took approximately 4 hours, resulted in students understanding the field of digital marketing with the hope that in the future this will become their knowledge if they want to become entrepreneurs in the future.

1. PENDAHULUAN

(Align Left, Bold, Arial 12, Spacing Before 12 pt, Spacing After 6 pt, UPPER CASE STYLE)

Semakin berkembangnya teknologi saat ini memaksa setiap orang untuk mampu dengan cepat beradaptasi pada Internet. Penggunaan Internet hampir menyeluruh di segala bidang, mulai dari dunia permainan anak, Pendidikan, hiburan hingga yang paling menonjol adalah dalam dunia bisnis. Dampak yang ditimbulkan internet bagi anak dan remaja meliputi dampak positif dan negatif. Dampak positif adalah memudahkan mendapatkan Informasi yang bermanfaat bagi siswa dan siswi, mendapatkan sarana hiburan, memudahkan dalam berbisnis, mempermudah komunikasi, Mempermudah sarana kreatif dan menggunakan internet untuk lebih produktif (Wulandari & Assalamiyah, 2022). dampak negatif adalah kemunduran disposisi sosial remaja. Hal ini dikarenakan remaja cenderung menjalin komunikasi melalui jejaring sosial daripada tatap muka. Perubahan watak sosial dapat menyebabkan perubahan pola interaksi masyarakat. Kesepian dan sulit bergaul dengan seseorang.(Isan & Nasir,

2023). Dari dampak positif dapat dilihat kegunaan internet untuk Memperoleh informasi, memudahkan berbisnis dan lebih produktif ini lah yang menjadi bagian dari entrepreneurship Pemerintah mulai mengubah pola pikir anak muda yang mulanya pencari lapangan kerja menjadi pencipta lapangan kerja melalui penguatan jiwa entrepreneurship. Anak anak muda ini memiliki kreativitas yang tinggi, alangkah baiknya jika mereka berinovasi dalam wirausaha. Dimana saat ini dunia membutuhkan para wirausaha muda yang berbakat dan cerdas. Siswa siswi SMU inilah nantinya diharapkan menjadi entrepreneurship kelak yang cerdas dan menggunakan teknologi sebagai alat bantunya. Bahkan Pemerintah mendukung dan mendorong perkembangan e-commerce (niaga elektronik atau niaga-el) yang berkelanjutan di tanah air dengan menerbitkan undang undang No 80 Tahun 2019. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 mengatur mengenai sistem pengiriman, sistem pembayaran, iklan elektronik, kontrak elektronik, persyaratan perdagangan melalui sistem elektronik, perlindungan data pribadi, penyelesaian sengketa, dan pembinaan dan pengawasan (Rohmat, 2022). Anak anak SMU 14 adalah anak anak muda yang kreatif dan cerdas, maka hal ini dapat dimanfaatkan untuk mendorong jiwa jiwa entrepreneurship mereka dengan didukung fasilitas laboratorium komputer hal ini dapat mengembangkan minat berwirausaha mereka. Minat berwirausaha ini adalah kecenderungan seseorang yang berminat dalam membangun suatu usaha yang terorganisir atau mengatur sumber daya yang ada mengembangkan usaha miliknya, dan berani mengambil resiko dalam keputusan. (Yanny, 2023). Kompetensi sumber daya manusia adalah kemampuan yang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan karakteristik kepribadian yang secara langsung mempengaruhi kinerja. (Fakhri, 2023). Kompetensi adalah kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan; Kemampuan atau kecakapan yang cukup/memadai; Keadaan cakap, mampu, tangkas (Ridwan, 2022). Pengetahuan dan ketrampilan inilah yang dikelola untuk mengenalkan digital marketing dalam berwirausahaan, Digital marketing menurut Armstrong Kottler adalah menggambarkan usaha-usaha perusahaan untuk menginformasikan, mempromosikan, berkomunikasi dan memasarkan suatu produk dan jasa melalui media internet (Az-Zahra & Sukmalengkawati, 2022). Manfaat Digital marketing adalah memudahkan dan memperluas peluang pemasaran, memudahkan pelanggan dan pengusaha untuk memilih dan menerima informasi tentang produk pemasaran yang mereka butuhkan, sehingga lebih mudah bagi pelanggan untuk memesan dan membeli produk tersebut. Internet memiliki banyak keuntungan bagi bisnis dan konsumen (Robby Aditya & R Yunardi Rusdianto, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh oleh H Mulyadi dan kawan kawan mmeperoleh hasil bahwasannya Pelatihan bebrbasis teknologi berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Hal ini menunjukan bahwa semakin banyak pelatihan – pelatihan berbasis teknologi maka semakin tinggi juga tingkat intensi berwirausaha(H Mulyadi, Sulastri, 2021) Fenomena remaja saat ini menggunakan teknologi hanya untuk hiburan saja seperti permainan game, belanja on line, nonton film dan berselancar di dunia media sosial dan lain lain. sehingga membuat remaja lupa waktu untuk mengerjakan hal hal yang bermanfaat. Berangkat dari permasalah inilah kami tim pengabdian masyarakat memberikan Pelatihan Digital Marketing dalam meningkatkan kompetensi siswa di bidang Entrepreneurship. Digital Marketing memberi siswa peluang untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui berbagai platform digital seperti media sosial, pembuatan konten, dan desain grafis. Penlitian yang dilakukan oleh pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan digital marketing ini juga diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan kemampuan penerapan aplikasi serta konsepsi terkait digital marketing. Dengan adanya pengetahuan mengenai digital marketing, maka siswa dan siswi dapat lebih bersaing di bidang pemasaran, bisnis dan dunia kerja. Kegiatan pengabdian ini mengasilkan empat kompetensi yaitu keterampilan berpikir kritis, keterampilan kreativitas, keterampilan berkomunikasi, serta keterampilan berkolaborasi. Platform yang kami gunakan adalah canva yang memiliki manfaat bagi siswa memahami materi digital marketing yang sudah disampaikan dengan menarik dan tidak bosan. Canva membantu untuk memberikan materi serta pertanyaan dalam materi yang menyenangkan (Putra et al., 2023). Terlaksananya pelatihan digital marketing ini secara tidak langsung juga akan memperkenalkan Universitas Budi Darma dan Smu Negeri 14 sebagai sebuah institusi pendidikan Tri Bhakti di lingkungan Kota Medan yang memiliki kepedulian terhadap kapabilitas intelektual generasi muda Warga Medan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Digital Marketing atau sering disebut sebagai pemasaran digital diartikan sebagai strategi pemasaran yang memanfaatkan internet. Kegiatan pemasaran untuk mendapatkan perhatian konsumen dengan memanfaatkan penjualan melalui media sosial, website, email, bahkan augmented reality. (Putri, 2022). Pemasaran digital yang dapat meningkatkan penjualan memiliki fungsi (a) Sebagai alat penjualan (b) sebagai pelayanan konsumen (c) sebagai alat berkomunikasi (d) sebagai efisiensi biaya (e) sebagai alat pengembang merk. Pemasaran digital dapat dilakukan dengan berbagai tektik dan alat yang tersedia untuk membantu bisnis dalam pasar online (Khairunnisa, 2022). Kompetensi

dasar Kompetensi dasar dapat diartikan sebagai bentuk dari penguasaan pada peserta didik mengenai pengetahuan, perilaku, sikap dan keterampilan saat proses pembelajaran di jenjang pendidikan. Kompetensi dasar selalu dikembangkan menyesuaikan ketentuan karakteristik pada peserta didik yang diatur dalam kompetensi inti yang sudah dirumuskan, untuk dipahami oleh mahasiswa tentang kompetensi dasar yang dipelajari mereka (Sitohang, Maria Nanda, 2022). Kompetensi mengandung pendekatan kontekstual (Contextual Teaching and learning) adalah konsep belajar yang membantu guru mengaitkan antara materi yang diajarkannya dengan situasi dunia nyata siswa dan mendorong siswa membuat hubungan antara pengetahuan yang dimilikinya dengan penerapannya dalam kehidupan mereka sehari-hari, dengan melibatkan tujuh komponen utama pembelajaran efektif, yakni: konstruktivisme (Constructivism), bertanya (Questioning), menemukan (Inquiry), masyarakat belajar (Learning Community), pemodelan (Modeling), dan penilaian sebenarnya (Authentic Assessment)(Ridwan, 2022). kewirausahaan merupakan proses pengembangan dan penerapan kreatifitas serta inovasi dalam menyelesaikan masalah dan mampu melihat peluang untuk menciptakan suatu usaha (Henny Purnama Dewi1, 2024)

3. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan memberikan teori, data dan informasi serta sharing pengalaman. Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode ceramah dan pelatihan. Metode ceramah dengan menyampaikan teori dan konsep-konsep substansi penting yang harus dikuasai oleh siswa dan siswi mengenai Digital Marketing. Metode ceramah bertujuan memberikan penjelasan secara teori dan konsep substansi penting yang harus dikuasai oleh siswa tentang Digital Marketing. Pada tahap ini, salah satu tim kamu menyampaikan teori dan konsep dasar yang harus dipahami oleh siswa dan siswa :

1. Penjelasan tentang perkembangan dunia internet dan digital marketing
2. Penyampaian persaingan bisnis di dalam maupun di luar negeri
3. Penjelasan tentang urgensi digital marketing
4. Penjelasan tentang konsep digital Marketing.
5. Cara berkomunikasi saat presentase menampilkan hasil dari pembuatan digital marketingPenjelasan tentang perkembangan dunia internet dan digital marketing.
6. Peserta juga diberi kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi.

Kemudian dilanjutkan dengan metode pelatihan langsung. Dimana kami mengajarkan pembuatan content marketing suatu produk melalui platform desain yaitu canva. Siswa dibentuk dalam kelompok namun dengan tugas desain masing masing setiap orang. Ada yang bertugas mendesain harga dan promosi, ada yang mendesain tampilan produk, lokasi, dan nomor yang bisa dihubungi, dan lain lain. Pada sesi terakhir siswa secara berkelompok menjelaskan hasil dari praktik yang telah mereka buat.

Objek yang menjadi sasaran dari pengabdian ini adalah siswa kelas XII SMA Negeri 14 Medan. Kami memilih siswa dan siswi kelas XII dengan maksud agar membekali diri mereka untuk siap berwirausaha yang cerdas dan paham teknologi kelak jika mereka sudah tamat dari SMU.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, tim telah berhasil melakukan penyediaan materi pelatihan digital marketing. Siswa dan siswi sangat senang dan antusias dengan kegiatan pelatihan ini. Hasil tampilan dari digital marketing yang mereka buat yang cukup membuat kami, tim pengabdian masyarakat terkagum kagum. Kreatifitas kalimat, warna dan tampilan perpaduan yang menghasilkan tampilan yang luar biasa. Tidak hanya sampai di situ saja. Kami juga melatih mereka untuk memaparkan hasil digital marketing mereka dalam bentuk presentase. Bahkan ada beberapa siswa yang memiliki usaha kuliner milik orang tua mereka berencana akan menjadikan hasil pelatihan ini sebagai tempat promosi memperkenalkan usaha tersebut melalui media sosial mereka. Kegiatan ini mengasikkan empat kompetensi yaitu

1. keterampilan berpikir kritis, yaitu berpikir menciptakan tampilan desain yang sesuai dengan perkembangan zaman saat ini
 2. ketrampilan kreativitas, yaitu ketampilan menciptakan desain dan kalimat yang menarik kepada pembaca.
 3. keterampilan berkomunikasi, Yaitu ketrampilan memaparkan hasil tampilan disain mereka di depan kelas
- keterampilan berkolaborasi. Yaitu ketrampilan bekerja sama dengan Tim untuk menciptakan ide

Berikut ini tampilan slide power point yang digunakan saat kegiatan



Agenda

- Introduction Digital Marketing
- Diskusi dan tanya jawab
- Pelatihan
- Presentase

2



Introduction

Digital marketing merupakan proses pemasaran maupun promosi suatu brand, produk, maupun jasa yang dilakukan melalui media digital dan membutuhkan jaringan internet dalam kegiatannya. Saat ini, *digital marketing* menjadi cara baru suatu perusahaan untuk menjangkau konsumen.

Melalui *digital marketing*, perusahaan memanfaatkan beragam *tools* digital baik secara fisik maupun non-fisik.

Manfaat digital marketing

- ❖ Memulai Bisnis dengan Biaya Kecil
- ❖ Mudah Menjangkau Banyak Calon Konsumen
- ❖ Mudah Beradaptasi dengan Tren Baru untuk Pemasaran
- ❖ Bisa Meningkatkan Loyalitas Konsumen
- ❖ Sarana Tepat untuk *Branding* dan Membangun Reputasi
- ❖ Memudahkan Pengumpulan Data dan Evaluasi Strategi



Dalam dunia digital yang serba visual saat ini, konten visual yang menarik sangat penting bagi para pebisnis yang ingin menonjol dan menarik perhatian audiens mereka. Canva, platform desain grafis online yang mudah digunakan, telah menjadi alat yang sangat populer bagi pebisnis kreatif untuk menciptakan konten yang menarik dan profesional tanpa harus memiliki keahlian desain khusus.





- Menghemat Waktu
- Ramah untuk Segala Spesifikasi
- Membantu Desain Online Tetap Konsisten
- Kolaborasi dengan Anggota Tim
- Bisa Digunakan pada Segala Perangkat

Langkah - Langkah

A slide titled "Langkah - Langkah" with a decorative floral border at the top. Below the title, five numbered steps are listed in boxes. Step V contains a large amount of text describing the printing process.

I Buka Canva dan pilih tip desain "Promosi"
II Pilih dari berbagai layout Promosi dalam berbagai aran, agaya, dan tema. Temukan template Promosi yang sempurna untuk diedit dan disesuaikan dengan kebutuhan anda.
III Sesuaikan Promosi agar memiliki tampilan serta cocok dengan kebutuhan anda. Menggunakan alat bantuan desain seperti font dan lepas yang sangat praktis tambah teks, font, dan warnanya dalam beberapa kali klik.
IV Kreativitas dengan Lebih Banyak Elemen Desain. Jelajahi perpustakaan gambar dan grafis yang berisi jutaan foto, ikon, ilustrasi dan vektor untuk ditambahkan atau hapus kotak teks dan coba berbagai filter foto.
V Cetak promosi di alat cetak online Canva Print. Grab it, simpan dalam format PDF, JPG, maupun PNG, dapat selesai mengedit esain kapan pun.

Presentation title

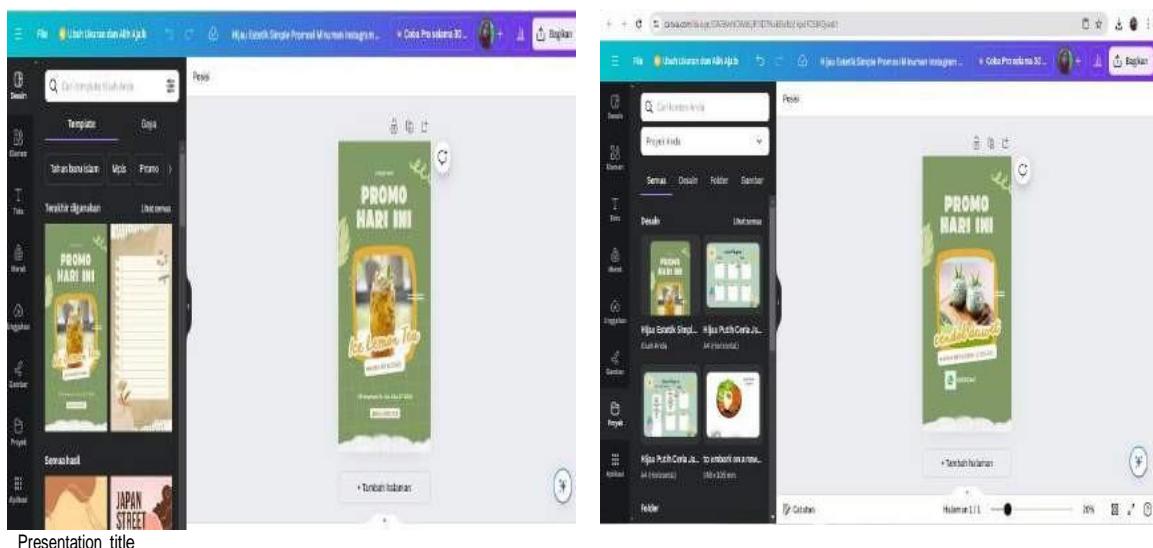
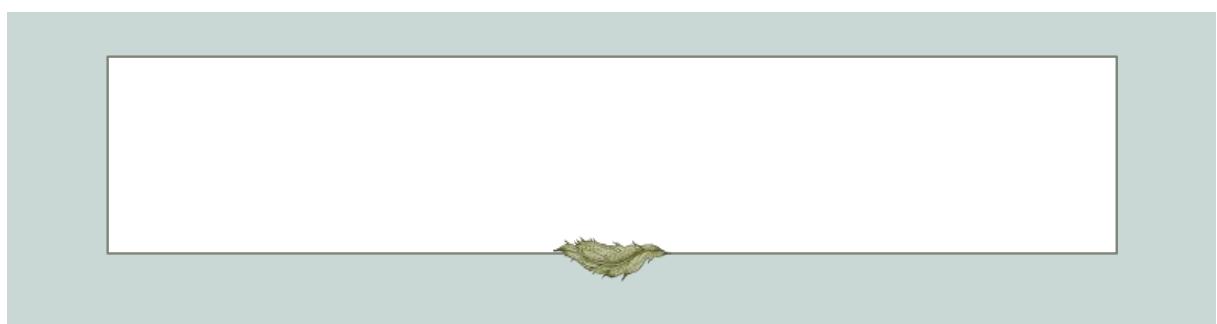
7

Langkah 1 angkah

A slide titled "Langkah 1 angkah" showing the Canva website interface. It displays various design categories like Business, Events, Pages, Presentations, Media, Video, PDFs, Showcases, and Portfolio. Below the categories, there are preview cards for different designs and a sidebar showing recent designs.

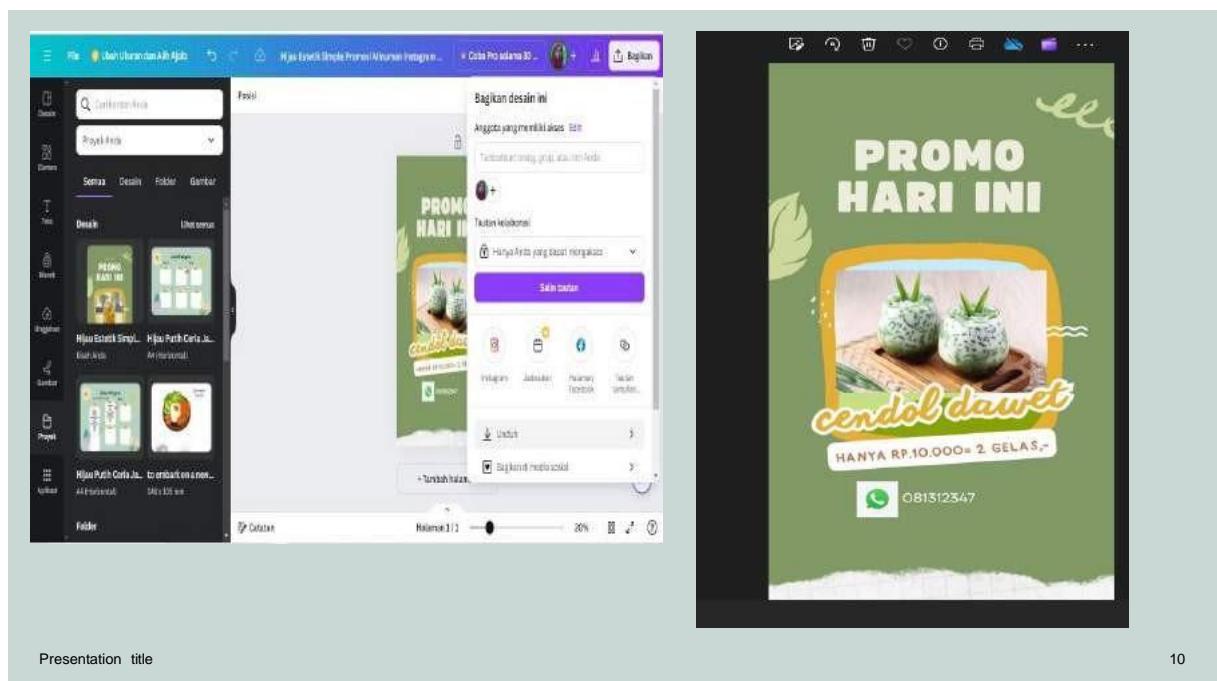
Presentation title

8



Presentation title

9



Presentation title

10

Gambar 1. Tampilan Power point bahan pelatihan

4.1 Penjelasan Kegiatan

1. Tahap pertama penjelasan mengenai digital marketing
2. Aplikasi Canva sebagai panduan pelatihan pembuatan flyer promosi produk
3. Download hasil untuk ditampilkan di akun media sosial
4. Siswa memaparkan hasil flyer promosi (presentase)
5. Pemilihan flyer terbaik

4.2 Tingkat Pemahaman Tentang Kegiatan Yang Berlangsung

Sebelum pelatihan dilangsungkan para siswa terlihat tidak begitu tertarik akan kegiatan ini. Pemahaman mereka saat dilakukan tanya jawab juga belum sepenuhnya paham, Namun Ketika langsung berinteraksi dengan komputer mereka menjadi antusias untuk terus mencoba berbagai fitur yang disediakan oleh canva. Sehingga saat dibentuk kelompok dimana masing masing kelompok mempresentasikan hasil pelatihan mereka, maka siswa dan siswi berlomba lomba untuk tampil dengan sempurna di depan kelas memaparkan hasil flyer mereka

Dokumentasi Kegiatan

		Penjelasan Digital Marketing	Pengarahan Praktek Digital Marketing
		Pengarahan praktek digital marketing	Praktek Digital Marketing



Gambar 2 Dokumentasi kegiatan

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat pada tim kami ini dengan mengangkat judul pelatihan digital marketing dalam meningkatkan kompetensi siswa yang berlokasi di SMU Negeri 14 Medan ini memperoleh kesimpulan bahwa para siswa dan siswi memahami cara membuat promosi suatu produk dengan menggunakan platform desain canva. Selain itu cara dan etika dalam presentase mengenalkan suatu produk dengan canva sebagai pendukungnya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan yang bermanfaat secara praktis dalam masyarakat khususnya sekolah dan anak-anak muda yang kreatif.

6. ACKNOWLEDGEMENTS

Kami sangat berterimakasih kepada ibu kepala sekolah SMU Negeri 14 Medan yang dengan sangat bahagia menerima kami melakukan kegiatan pengabdian di sekolah ini. Kami juga berterimakasih atas bantuan para guru yang mau memberikan waktu mengajarnya untuk kami lakukan kegiatan ini. Tak lupa kami juga amat sangat banyak berterimakasih kepada siswa dan siswi SMU Negeri 14 Medan yang sangat cerdas dan pintar-pintar.

DAFTAR PUSTAKA

- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2008–2018. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573>
- Fakhri, Y. R. (2023). ANALISIS TINGKAT KOMPETENSI SISWA PADA SMK ISLAMI AL-FATTAH ASTAMBUL KABUPATEN BANJAR. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis (S4)*, 9, 061–074. <https://ejournal.stiepancasetia.ac.id/jieb/article/view/1001/548>
- H Mulyadi, Sulastri, N. K. (2021). *Pendidikan Berbasis Teknologi Terhadap Intensi Berwirausaha (Studi Pada Siswa Kelas Xii Instrumenasi Dan Otomatisasi Proses Di)* 21(1), 81–96. <http://repository.upi.edu/id/eprint/67836>
- Henny Purnama Dewi1, A. S. (2024). *Membangun Jiwa Entrepreneur Melalui Pendidikan Kewirausahaan Pada Pelajar Pondok Pesantren Modern Saifullah An Nahdliyah*. 1(1), 26–30.
- Isan, D., & Nasir, B. (2023). Dampak Penggunaan Internet Terhadap Perilaku Remaja Di Desa Long Uro Kecamatan Kayan Selatan Kabupaten Malinau. *EJournal Pembangunan Sosial*, 2023(1), 470–479.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>

- Putra, L. D., Salihah, A. F., Pratiwi, N. F., & Safario, A. M. (2023). Pemanfaatan Canva Untuk Pembelajaran Inovatif dan Kreatif di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 7(4), 2530–2535. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v7i4.5957>
- Putri, S. S. (2022). Digital Marketing Sebagai Optimalisasi Strategi Pemasaran Wirausaha Muda “Clothing PRJBus” Dalam Meningkatkan Omset Bisnis UMKM. *Jurnal Lugas*, 6(2), 65–72.
- Ridwan, M. hasbullah. (2022). Penerapan Model Pembelajaran Inovatif Untuk Meningkatkan Kompetensi Siswa. *Jurnal Tarbiyatuna: Jurnal Kajian Pendidikan, Pemikiran Dan Pengembangan Pendidikan Islam*, 2(2), 149–163. <https://doi.org/10.30739/tarbiyatuna.v2i2.1363>
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Rohmat. (2022). Urgensi Pembentukan Undang-Undang Pasar Digital sebagai Instrumen Pengawasan Persaingan Usaha di Era Digital. *Jurnal Persaingan Usaha*, 2(2), 118–126. <https://doi.org/10.55869/kppu.v2i2.76>
- Sitohang, Maria Nanda, D. (2022). Peningkatan Pemahaman Makna Kompetensi Dasar Matematika Melalui Penerapan Metode Demonstrasi Berbasis Literasi Informasi Digital pada Mahasiswa PGSD STKIP Kristen Wamena. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 3(2), 101–107. <http://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/jpd>
- Wulandari, D., & Assalamiyah, S. (2022). Jurnal Aksioma Ad-Diniyyah : The Indonesian DAMPAK POSITIF DAN NEGATIF PENGGUNAAN INTERNET BAGI PESERTA DIDIK. *Jurnal Aksioma Ad-Diniyyah*, 10, 1–8.
- Yanny, A. (2023). Pengaruh Bazar dan lingkungan keluarga Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Budi Darma. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 3(03), 212–220. <https://journal.cattleyadf.org/index.php/Jasmien/article/view/384>