

Peran Sales Associate Serta Strategi Sales Marketing Dalam Penjualan Produk Charles & Keith Tunjungan Plaza Surabaya

Elfitra Widia Wulandari

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: 21042010186@student.upnjatim.ac.id

Indah Respati Kusumasari

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: indah_respati.adbis@upnjatim.ac.id

Korespondensi penulis: 21042010186@student.upnjatim.ac.id

Abstract: PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang is an Indonesian retail company that was founded in 1998 and currently houses several brands, namely, Charles & Keith, Pedro, Pomelo, and EA7 Emporio Armani in more than 80 stores throughout Indonesia. The purpose of this research is to determine the role of Sales Associates and sales marketing strategies in selling Charles & Keith Tunjungan Plaza Surabaya products. Sales Associates are placed in a position to analyze the operational running of retail activities, both related to Sales and Selling Products, as well as inventory and will also be given the opportunity to interact directly with customers as a Fashion Advisor to be able to provide product information, answer questions and provide suggestions to customers. This research uses a descriptive qualitative approach with in-depth interviews with Sales Associates at the Charles & Keith store Tunjungan Plaza and also personal observations during their internship as a Sales Associate for Charles & Keith Tunjungan Plaza Surabaya. The research results show that the role of the Sales Associate is very crucial in providing a positive customer experience, understanding customer needs, providing accurate product information and also increasing customer transaction value. Apart from that, effective sales marketing strategies are also implemented to increase the level of product sales by using social media, one of which is Value Added Service (Chat Shop), which is a medium for communication, promotion and also online sales via WhatsApp between Sales Associates and customers.

Keywords: Sales Associate, Sales Marketing, Sales

Abstrak: PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang adalah perusahaan ritel Indonesia yang berdiri pada tahun 1998 dan saat ini telah menaungi beberapa brand yaitu, Charles & Keith, Pedro, Pomelo, dan EA7 Emporio Armani di lebih dari 80 toko di seluruh Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran Sales Associate dan strategi sales marketing dalam penjualan produk Charles & Keith Tunjungan Plaza Surabaya. Sales Associate ditempatkan pada posisi untuk menganalisa operasional berjalannya kegiatan ritel, baik yang berhubungan dengan Sales dan Selling Product, serta inventornya dan juga akan diberi kesempatan untuk dapat berinteraksi langsung dengan customer sebagai Fashion Advisor untuk dapat memberikan informasi produk, menjawab pertanyaan dan memberikan saran kepada customer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam terhadap Sales Associate di toko Charles & Keith Tunjungan Plaza dan juga observasi pribadi selama magang menjadi Sales Associate Charles & Keith Tunjungan Plaza Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Sales Associate sangat krusial dalam memberikan pengalaman pelanggan yang positif, memahami kebutuhan pelanggan, memberikan informasi produk dengan tepat dan juga meningkatkan nilai transaksi pelanggan. Selain itu, strategi sales marketing yang efektif juga diterapkan untuk menambah tingkat penjualan produk dengan menggunakan media sosial salah satunya adalah Value Added Service (Chat Shop) yaitu media komunikasi, promosi, dan juga penjualan secara online melalui WhatsApp antara Sales Associate dengan customer.

Kata kunci: Sales Associate, Sales Marketing, Penjualan

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu industri yang terus berkembang dengan pesat, industri fashion menyaksikan persaingan antar merek yang semakin ketat. Salah satu merek fashion terkenal, terutama dalam hal sepatu, tas, dan aksesoris, Charles & Keith berada di tengah pasar yang dinamis. Kualitas produk dan kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan merupakan faktor penting dalam keberhasilan sebuah merek.

Peran Sales Associate dan strategi Sales Marketing sangat penting untuk meningkatkan penjualan dan membangun citra merek yang kuat karena mereka berada di garis depan komunikasi dengan pelanggan, sehingga sangat penting bagi mereka untuk memberikan pengalaman pelanggan yang positif dan memahami secara menyeluruh kebutuhan pelanggan. Di sisi lain, strategi Sales Marketing yang baik dapat meningkatkan visibilitas merek, mencapai target pasar yang lebih luas, dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih luas.

Meskipun Charles & Keith adalah merek terkenal, namun akan tetap menghadapi banyak masalah dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Perusahaan retail harus terus mempertimbangkan dan mengembangkan peran Sales Associate mereka serta strategi pemasaran mereka karena perilaku konsumen yang berubah, persaingan yang semakin ketat, dan perkembangan industri fashion yang cepat. Pengalaman di lapangan juga dapat membantu Sales Associate dalam memahami secara lebih mendalam produk yang dijual dan dinamika industri retail dan fashion yang berubah – ubah mengikuti perkembangan trend. Pemahaman ini tidak hanya memengaruhi kemampuan untuk memberikan informasi yang relevan kepada pelanggan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri dalam menjawab pertanyaan pelanggan dengan tepat sebagai fashion advisor. Selain itu, kerja sama tim menjadi unsur kunci dalam mencapai target penjualan. Diperlukan juga untuk kolaborasi dengan rekan-rekan tim, berbagi ide, dan saling mendukung untuk mencapai kesuksesan bersama

Penelitian ini akan menentukan peran Sales Associate dalam penjualan produk Charles & Keith serta strategi sales marketing yang dapat digunakan untuk mengatasi tantangan pasar. Diharapkan bahwa pemahaman mendalam tentang peran dan strategi ini akan membantu meningkatkan kinerja penjualan dan menciptakan keunggulan kompetitif untuk Charles & Keith Tunjungan Plaza Surabaya.

KAJIAN TEORITIS

Pengetahuan Produk

Sales Associate harus memiliki pengetahuan luas tentang setiap produk yang dijual, termasuk spesifikasi, bahan, dan fitur khusus. Hal ini memungkinkan SA dapat memberikan

informasi yang akurat kepada pelanggan. Pengetahuan produk dapat dibagi ke dalam beberapa kategori, yaitu Fitur, Manfaat, Kegunaan, dan Riwayat Produk. Sales Associate yang memiliki pemahaman yang baik tentang aspek-aspek ini dapat mengkomunikasikan informasi dengan lebih efektif.

Pengetahuan produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Sales Associate yang pandai menjelaskan produk membantu pelanggan membuat keputusan pembelian yang tepat dan memuaskan. Pengetahuan produk yang menarik membantu tenaga penjualan membangun kepercayaan dengan pelanggan. Menerapkan teori pengetahuan produk pada pelatihan penjualan dan manajemen penjualan memastikan bahwa tenaga penjualan memiliki basis pengetahuan yang kuat untuk melayani pelanggan dengan lebih baik dan mengoptimalkan strategi pemasaran produk.

Komunikasi

Komunikasi yang baik adalah kunci dalam kenyamanan berbelanja pelanggan. Sales Associate perlu memiliki keyakinan dan kemampuan menjelaskan produk dengan benar dan juga dapat menyampaikan segala solusi dan saran lain sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Sales Associate perlu memahami cara menyusun pesan agar dapat meyakinkan dan mempengaruhi perilaku. Sales associate dapat menggunakan prinsip-prinsip ini dalam presentasi produk dan negosiasi dengan pelanggan. Menyoroti pentingnya komunikasi dua arah dengan pelanggan, Sales Associate perlu memastikan bahwa tidak hanya menyampaikan informasi, namun juga memahami dan mendengarkan dengan baik kebutuhan dan pertanyaan pelanggan.

Pelayanan Pelanggan

Menekankan pentingnya membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan, maka Sales Associate harus fokus pada membangun hubungan yang kuat dan saling menguntungkan. Pelayanan yang memuaskan memperkuat loyalitas pelanggan. Sales Associate perlu memahami bahwa kepuasan pelanggan bukan hanya tentang transaksi saat ini, namun juga tentang membangun hubungan jangka panjang.

Pemasaran

Sebuah konsep pemasaran menggambarkan empat elemen utama pemasaran: produk, harga, promosi, dan distribusi (4P). Sales Associate dan tim pemasaran dapat menggunakan bauran pemasaran ini untuk merancang strategi. Penting juga untuk memahami pasar melalui segmentasi, menentukan target pasar, dan mengembangkan posisi unik untuk produk atau layanan. Ini akan membantu dalam merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif.

Internet juga berperan penting dalam sebuah pemasaran, termasuk pada pemasaran digital melalui social media, SEO, dan kampanye bersama Brand Ambassador. Adanya social media juga penting untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Charles & Keith dapat menggunakan model ini untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencapai pembelian berulang.

Dalam penelitian terdahulu dijelaskan bahwa penting dalam memahami cara komunikasi yang baik dan benar bagi pekerja sales associate, banyaknya komunikasi yang digunakan dapat membantu mempersuasi konsumen untuk tertarik sehingga mengambil keputusan untuk membeli (Adinda Gracea, 2023).

METODA

Meliputi rancangan/model, tata cara teknik pengumpulan data/informasi, tempat dan waktu, serta proses pengolahan dan analisis data/ informasi. Di dalam Metoda tidak perlu menggunakan sub-sub judul. Metode Penelitian yang digunakan dalam mengeksplor peran Sales Associate dan strategi sales marketing dalam penjualan produk Charles & Keith Tunjungan Plaza yaitu melalui pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Pendekatan kualitatif, bersifat deskriptif maupun eksploratif, bertujuan untuk mengeksplorasi makna, perspektif, dan interpretasi subjek penelitian. Metode penelitian deskriptif berpusat pada observasi dan interaksi.. Sehingga peneliti terjun ke lapangan sebagai pengamat langsung.

Penelitian ini dilakukan di store Charles & Keith Tunjungan Plaza. Adapun objek dari penelitian ini adalah Sales Associate Charles & Keith Tunjungan Plaza. Teknik pengumpulan data menggunakan Teknik wawancara mendalam dengan Sales Associate dan juga observasi pribadi selama masa magang menjadi Sales Associate di store Charles & Keith Tunjungan Plaza Surabaya terhitung 5 bulan mulai 14 Agustus 2023 hingga 15 Desember 2023.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa analisis tema dari hasil wawancara untuk mengidentifikasi peran Sales Associate serta strategi sales marketing. Yang kedua, teknik triangulasi data untuk membandingkan dan mengonfirmasi informasi dari berbagai sumber untuk memastikan keabsahan hasil yang diperoleh. Untuk memastikan validitas dan kredibilitas, pemeriksaan subjektivitas dilakukan dengan menggunakan refleksi peneliti untuk menemukan dan mengatasi potensi subjektivitas. Selain itu pengetahuan produk, SOP, dan pengetahuan mengenai Value Added Service juga perlu dimiliki oleh Sales Associate dalam upaya meningkatkan nilai transaksi pelanggan. Selanjutnya, konsistensi digunakan untuk melibatkan sales associates dan supervisor dalam penelitian untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas dan konsisten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam sebuah bisnis, target pasar menjadi suatu elemen yang penting, menciptakan kepuasan pelanggan adalah salah satu tujuan utama bisnis tersebut berjalan. Dalam hal mewujudkan hal tersebut tak lepas dari peran pekerja dan strategi marketing / promosi yang dibuatnya. Sebagai seorang Sales Associate, akan terlibat interaksi langsung dengan pelanggan untuk memberikan informasi tentang produk atau layanan, membantu pelanggan dalam proses pembelian, dan memastikan kepuasan pelanggan. Selain itu, sales associate juga sekaligus menjadi fashion advisor untuk dapat memberikan informasi produk, menjawab pertanyaan dan memberikan saran kepada customer.

Oleh karena itu, untuk dapat memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, seorang Sales Associate harus menguasai beberapa capaian kompetensi dan keterampilan, baik mulai dari penguasaan informasi tentang produk (UPB & FAB), service protocol, dunia fashion, update seputar trending masa kini, perhitungan keuangan (business mathematic), pengelolaan toko, dan masih banyak lagi.

Dari hasil wawancara dan observasi, berikut ini peran Sales Associate terhadap penjualan produk Charles & Keith Tunjungan Plaza :

1. Service Protocol

Dalam menjalankan peran sebagai Sales Associate, untuk memberikan pelayanan terbaik kepada customer perlu menjaga sikap, komunikasi, dan kenyamanan selama berbelanja. Charles & Keith memberlakukan standar service protocol dengan alur GUESTS. Berikut ini penjelasannya :

- a. Genuine Approach : melakukan greeting dan pendekatan kepada konsumen.
- b. Understanding Customer : bertanya kebutuhan customer dan menunjukkan/menjelaskan produk. Pada bagian ini, sebagai Sales Associate untuk memberikan kenyamanan customer saat berbelanja, maka SA perlu memahami dan menganalisis tipe customer, friendly atau individual, dikarenakan sebagian customer lebih nyaman melihat dan memilih produk sendiri tanpa pendampingan dari SA.
- c. Engaging Customer with UPB- FAB, VAS, Promo : saat customer menunjukkan ketertarikan pada suatu model tertentu, maka sebagai Sales Associate perlu menjelaskan kelebihan produk meliputi (Unique Product Benefit – Feature & Benefit) UPB-FAB produk tersebut serta memberikan rekomendasi produk dengan model, size, atau warna yang sama karakternya dengan pilihan customer.

Selain itu, terdapat Value Added Service yang dapat disampaikan kepada customer, seperti dapat melakukan penukaran maksimal 30 hari setelah transaksi, delivery service

(melalui store maupun chat shop via WhatsApp). Chat Shop digunakan oleh Sales Associate sebagai Upaya promosi dan pemberian informasi katalog terbaru kepada customer dan kemudian transaksi dapat dilakukan secara online. VAS lain yang dimiliki Charles & Keith adalah membership yang dapat dibuat secara gratis tanpa minimal transaksi dan memiliki sistem redeem 20 poin untuk potongan senilai Rp. 150.000. Selain itu, Sales Associate juga memberikan saran/tips penggunaan dan perawatan produk Charles & Keith memiliki VAS (Shoe Care) seperti Shoe Expander, Hole Punching, Non Skid Pad, Foot Cushion/Ball of Foot Cushion dengan fungsinya masing – masing. Dengan adanya Value Added Service ini tentunya dapat meningkatkan nilai transaksi pelanggan.

- d. **Selling Ceremony** : Pada tahap ini adalah tahap customer mencoba produk, selain menjelaskan terkait UPB-FAB produk tersebut, Sales Associate juga encourage to take action untuk meyakinkan customer membeli produk tersebut dengan bertanya mengenai kesesuaian produk tersebut dan memberikan saran outfit yang cocok dengan produk yang dipakai. Dalam kesempatan ini, sebagai Sales Associate juga perlu Cross-Selling dan Up-Selling untuk menambah nilai transaksi pelanggan dan apabila pelanggan keberatan terhadap produk yang dicoba, SA Charles & Keith memberikan teknik CUAN untuk meyakinkan customer dengan : Complimentary (memuji), Urgensi (produk terbatas), Assumptive (berasumsi) dan juga Negotiate (negosiasi).
- e. **Cashiering Excellence** : meliputi bagian transaksi/pembayaran. Pada bagian ini, cashier akan menawarkan membership, promo, small talk terkait perawatan produk, dan juga bid farewell.
- f. **Thanks & Service after Sales** : Sales Associate melakukan bid farewell “Terima kasih & silahkan dating Kembali.”

Pada bagian service protocol ini merupakan upaya pelayanan terbaik dari Sales Associate dengan penguasaan pengetahuan produk, teknik penjualan, komunikasi lisan dan tulisan mulai dari penjajakan sampai terjadinya penjualan. Sehingga dapat meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan sehingga penjualan pun meningkat.

2. Fashion Advisor

Sales associate juga sekaligus menjadi fashion advisor untuk dapat memberikan informasi produk, menjawab pertanyaan dan memberikan saran kepada customer. Oleh karena itu Sales Associate Charles & Keith Tunjungan Plaza selalu meningkatkan pemahaman secara lebih mendalam produk yang dijual dan dinamika industri retail dan fashion yang berubah – ubah mengikuti perkembangan trend.

Maka dari itu setiap minggu, sebelum model baru launching, Sales Associate Charles & Keith belajar dan memahami FAB-UPB produk terbaru sehingga pemahaman ini tidak hanya memengaruhi kemampuan untuk memberikan informasi yang relevan kepada pelanggan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri dalam menjawab pertanyaan pelanggan dengan tepat sebagai fashion advisor.

Menjadi fashion advisor, selain menguasai pengetahuan mengenai keunggulan produk, Sales Associate juga harus mampu menganalisa style maupun selera pelanggan, dengan kemampuan analisa yang baik dapat memberikan rekomendasi model yang sesuai dan meyakinkan pelanggan untuk membeli produk tersebut. Kebanyakan pelanggan cenderung senang apabila Sales Associate sependapat dengan selera mereka, hal ini membuat pelanggan semakin yakin untuk memilih produk tersebut.

Selama magang menjadi Sales Associate di Charles & Keith Tunjungan Plaza, kemampuan baik sebagai fashion advisor serta didukung dengan skill komunikasi yang baik dengan pelanggan, Sales Associate berhasil melakukan cross- selling dan up selling. Dan terbukti sangat berpengaruh pada peningkatan nilai transaksi pelanggan.

Selain peran Sales Associate, adanya strategi Sales Marketing juga sangat mendukung Upaya meningkatkan nilai transaksi pelanggan. Pengaruh dari strategi pemasaran penjualan terhadap penjualan produk Charles & Keith bisa sangat signifikan. Strategi sales marketing yang baik dapat membantu meningkatkan kesadaran merek, menjangkau target pasar yang lebih luas, dan mendorong pembelian konsumen.

Di bawah ini adalah beberapa dampak utama strategi pemasaran penjualan terhadap penjualan produk Charles & Keith :

1. Meningkatkan Kesadaran Merek

Strategi sales marketing yang efektif dapat membantu meningkatkan kesadaran merek Charles & Keith di kalangan konsumen. Melalui kampanye pemasaran, promosi, dan kehadiran media sosial yang kuat, bisnis dapat membangun citra merek yang positif dan menarik perhatian konsumen. Pada brand Charles & Keith, banyak upaya promosi dilakukan melalui social media, mulai dari launching produk baru yang mengikuti tren fashion di tiap season, hingga dengan membawa peran Brand Ambassador, yaitu Han So Hee. Terbukti adanya kerja sama ini, banyak pelanggan datang ke store untuk membeli produk kolaborasi dengan Han So Hee.

2. Peningkatan Penetrasi Pasar

Charles & Keith mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk menyoar segmen pasar yang belum sepenuhnya tercapai atau untuk mengidentifikasi peluang di

pasar baru. Setiap minggunya, Charles & Keith selalu mengeluarkan model terbaru, biasanya launching produk baru dilaksanakan tiap hari Rabu. Produk-produk yang dikeluarkan selalu disesuaikan dengan trending color, material, dan detail. Sebelumnya, Charles & Keith identik dengan tas feminime girl, namun saat ini mulai mengeluarkan model tas unisex dan lengkap dengan compartment baru seperti tempat botol minum dan slot penyimpanan barang essential. Hal ini merupakan salah satu upaya dalam membuat peluang pasar baru.

3. Meningkatkan Retensi Pelanggan

Strategi penjualan dan pemasaran penting tidak hanya untuk menarik pelanggan baru tetapi juga untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Program loyalitas, penawaran khusus, dan komunikasi berkelanjutan dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan. Charles & Keith memiliki Value Added Service yaitu membership dan Chat Shop. Membership ini dibuat secara gratis tanpa minimal belanja menggunakan nomor handphone dan kartu identitas, kemudian berlaku pengumpulan poin dan setelah poin terkumpul minimal 20 poin maka pelanggan dapat melakukan pemotongan harga sebesar Rp. 150.000.

Dalam sistem PT Kurnia Ciptamoda Gemilang sudah tersimpan daftar nomor pelanggan membership dan melalui Chat Shop, Sales Associate akan mengirimkan katalog terbaru kepada pelanggan dan komunikasi berkelanjutan dikarenakan pelanggan dapat bertanya apapun terkait produk, sistem pemesanan, delivery service, dan keep produk tertentu kepada Sales Associate. Adanya membership dan Chat Shop sebagai upaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

4. Mempromosikan Pembelian Impulsif

Strategi sales marketing yang efektif dapat merangsang pembelian impulsif. Penawaran khusus, diskon eksklusif, atau promosi menarik membuat konsumen lebih cenderung mengambil keputusan pembelian tanpa perencanaan sebelumnya. Charles & Keith memiliki beberapa cara dalam merangsang pembelian impulsif, seperti penawaran promo cicilan 0%, potongan harga melalui membership, dan urgensi (produk terbatas).

Efektivitas strategi sales marketing dapat bervariasi tergantung pada industri, tren pasar, dan karakteristik target pasar. Oleh karena itu, penyesuaian dan evaluasi terus-menerus dilakukan agar strategi tersebut tetap relevan dan berdampak positif pada penjualan produk Charles & Keith.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari penelitian tentang peran Sales Associate dalam menjual produk dan strategi sales marketing menunjukkan bahwa kinerja penjualan merek fashion tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada interaksi positif antara Sales Associate dan pelanggan. Peran Sales Associate terbukti sangat penting dalam memberikan pengalaman pelanggan yang positif, memahami kebutuhan konsumen, dan membangun hubungan jangka panjang.

Di sisi lain, strategi Sales Marketing yang baik dapat meningkatkan kesadaran merek, menjangkau target pasar yang lebih luas, dan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Strategi sales marketing yang efektif seperti penggunaan media sosial, kampanye periklanan, dan kolaborasi dengan influencer dapat sangat membantu dalam meningkatkan kesadaran merek dan penjualan. Sinergi peran Sales Associate yang efektif dan strategi sales marketing yang terukur menciptakan lingkungan penjualan yang produktif dan meningkatkan daya saing Charles & Keith di pasar mode yang kompetitif.

Hasil penelitian ini memberikan wawasan rinci tentang bagaimana peran tenaga penjualan dapat ditingkatkan melalui pelatihan yang lebih baik, pengembangan keterampilan interpersonal, dan pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan pelanggan. Perusahaan juga harus terus berinovasi dalam strategi pemasarannya, termasuk mengeksplorasi tren baru, memanfaatkan platform media sosial yang lebih canggih, dan beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen.

REFERENSI

- Hasuagian, G. A., Santati, P., & Farla, W. (2023, Mei). Hubungan Antara Work-Life Balance Dengan Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiag dan Manajemen Bisnis*. Retrieved from <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/19485>
- Kartika, J. (n.d.). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang Medan. Retrieved from <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/8323>
- Prasetyo, A. R., Pradana, B. S., & Romadhan, M. I. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT KURNIA CIPTAMODA. Retrieved from <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/download/2571/1291>