

Pengelolaan UMKM Produk Strowbery di Desa Wisata Lebaktumuncang, Ciwidey, Bandung, Jawa Barat

Irma Setyawati¹, Lisa Sarinah^{2*}, Dyah Handayani Dewi³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Nasional, Jakarta

E-mail: ¹irmasetyawati@civitas.unas.ac.id, ²lisa.sarinah@civitas.unas.ac.id,
³dyah.handayani@civitas.unas.ac.id

ABSTRAK

Tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk mengatasi keempat permasalahan dengan melakukan pemberdayaan UMKM berbasis strowbery melalui pelatihan, pendampingan, dan peningkatan kapasitas usaha. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pelatihan partisipatif dan bantuan teknis kepada pelaku UMKM di Desa Wisata Lebaktumuncang Ciwidey, Bandung, Jawa Barat. Hasil yang divapai dalam kegiatan ini adalah pelatihan partisipatif dan bantuan teknis dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap komoditas lokal UMKM, khususnya produk strowbery. Terbukti dengan adanya *pre* dan *post-test*, menunjukkan bahwa pelatihan manajemen usaha berhasil meningkatkan kemampuan UMKM dalam menganalisis data keuangan, memahami diversifikasi produk strowbery dan memanfaatkan media sosial serta *platform marketplace* untuk memperkuat jaringan pemasaran. Penguatan kemitraan diperlukan sehingga produk UMKM harus menjadi bagian dari daya tarik pariwisata Desa Lebaktumuncang. Hal ini dicapai melalui kerja sama antara pegawai UMKM, pemerintah desa, Dinas Pariwisata, dan pegawai pariwisata setempat.

Kata kunci : Desa Wisata, Lebaktumuncang, Pengelolaan; Strowbery; UMKM

ABSTRACT

This community service activity aims to overcome the four problems by empowering strowbery-based MSMEs through training, mentoring, and business capacity building. The method used in this activity is participatory training and technical assistance to MSME actors in Lebaktumuncang Ciwidey Tourism Village, Bandung, West Java. The results of this activity indicate that participatory training and technical assistance can have a significant positive impact on local MSMEs, particularly in the case of strawberry products. The existence of pre- and post-tests demonstrates that business management training has been successful in enhancing the ability of MSMEs to analyze financial data, understand the diversification of strawberry products, and utilize social media and marketplace platforms to strengthen their marketing networks. Strengthening partnerships is necessary so that MSME products can be integrated into the tourism attractions of Lebaktumuncang Village. This is achieved through collaboration between MSME employees, the village government, the Tourism Office, and local tourism employees.

Keywords: Tourism Village, Lebaktumuncang, Management; strawberries; MSMEs

1. PENDAHULUAN

Konsep desa wisata merupakan salah satu cara untuk mengembangkan perekonomian, pariwisata, dan potensi wisata setempat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu jenis perekonomian lokal yang dapat dikembangkan di suatu daerah wisata, yaitu berbasis pada produk unggulan desa (Setyawati, 2025). Terletak di Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung, Desa Lebakmuncang merupakan salah satu dari sedikit daerah yang memiliki potensi signifikan untuk pengembangan wisata berbasis pertanian, khususnya di bidang amenitas strowbery. Kabupaten ini berada di wilayah yang memiliki iklim, pinggiran kota, dan aksesibilitas yang lebih tinggi dari rata-rata dari kota Bandung. Kondisi geografis ini menjadikan Desa Lebakmuncang sebagai salah satu produk strowbery yang paling terkenal di wilayah Bandung Selatan (BPS Kabupaten Bandung, 2023).

Batas wilayah Lebakmuncang di sebelah utara: Desa Rawabogo, Nengkelan, sebelah selatan: Desa Alamendah, Kecamatan Rancabali, sebelah barat: Desa Mekarwangi, Kecamatan Sindang Kerta Kabupaten Bandung Barat dan sebelah timur: Kecamatan Panyocokan, Kecamatan Ciwidey. Kondisi Iklim dengan curah hujan yang cukup tinggi, suhu udara rata-rata berkisar antara 18°C hingga 20°C. Kondisi geografis ini sangat mendukung sektor pertanian, terutama budidaya strowbery, yang menjadi salah satu potensi utama desa ini.

Selama ini, strowbery di Desa Lebakmuncang hanya berbasis pada bentuk buah segar, baik melalui pasar lokal maupun kegiatan agrowisata kebun petik buah. Namun, jika menggunakan pendekatan inovatif, strowbery dapat dimanfaatkan menjadi berbagai produk berkualitas tinggi,

seperti selai, sirup, dodol, keripik, bahkan kosmetik alami. Produk-produk ini memiliki pasar yang kuat baik di tingkat lokal maupun nasional. Selain itu, produk olahan dapat meningkatkan harapan hidup, mengurangi risiko kerugian akibat kerusakan buah, dan meningkatkan pendapatan masyarakat secara signifikan (Nuryanti & Wahyuni, 2022).

Namun, potensi yang sangat besar tersebut belum diimbangi dengan kapasitas pemahaman manusianya. Berdasarkan hasil observasi awal dan tindak lanjut terhadap kelompok peserta petani dan UMKM, ditemukan beberapa kendala mendasar. Kendala pertama adalah kemampuan teknis mengolah strowbery menjadi produk turunan. Kedua, pengetahuan tentang manajemen usaha kecil, meliputi manajemen keuangan, strategi harga, dan perizinan usaha, masih sangat minim. Ketiga, pemahaman tentang pentingnya branding dan desain kemasan dalam mendorong penjualan setiap produk masih kurang. Pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan aksesibilitas pasar, seperti pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan platform digital lainnya untuk penjualan (Hermawan & Widiastuti, 2022; Setyawati, 2024).

Dalam konteks pengembangan wisata, kuatnya UMKM produk strowbery dapat berkontribusi terhadap diversifikasi ekonomi lokal dan meningkatkan daya tarik wisata. Wisatawan secara konsisten mencari produk autentik dan barang khas yang dapat dinilai oleh orang lain. Oleh karena itu, UMKM olahan strowbery di Desa Lebakmuncang sangat relevan untuk dilakukan sebagai bagian dari strategi pembangunan daerah (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021).

Menurut data BPS Kabupaten Bandung (2023), lebih dari 60% penduduk Desa Lebakmuncang bekerja

di sektor hortikultura dan pertanian. Mayoritas petani tidak mendapatkan keuntungan dari penjualan strowbery. Dalam satu kali panen musim, hasil strowbery yang diperoleh tidak seberapa, tetapi sering kali dijual dengan harga murah karena minimnya teknologi dan kelebihan pasokan strowbery. Selain itu, terdapat peluang yang cukup besar untuk mengembangkan produk olahan berbasis strowbery, yang menunjukkan bahwa masyarakat umum kini lebih tertarik pada produk lokal, sehat, dan praktis. Walaupun sudah adanya klaster UMKM, namun perlu penguatan kelembagaan agar dapat menjadi wadah yang lebih efektif dalam mendukung pengembangan usaha. Gambar 1 menunjukkan pertanian strowbery yang dapat menghasilkan hingga 70 kg strowbery dalam dua hari.



Gambar 1. Pertanian Strowbery di Lebakmuncang

Tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk mengatasi keempat permasalahan dengan melakukan pemberdayaan UMKM berbasis strowbery melalui pelatihan, pendampingan, dan peningkatan kapasitas usaha. Dengan pendekatan partisipatif, diharapkan kegiatan ini dapat membantu menciptakan ekosistem usaha kecil yang inovatif, produktif, dan mampu memberikan kontribusi bagi

perekonomian daerah wisata (Setyawati et al., 2024).

2. PERMASALAHAN MITRA

Dari survey yang dilakukan di Desa Lebakmuncang, permasalahan yang teridentifikasi antara lain:

- Lemahnya keterampilan pengolahan strowbery untuk dijadikan produk bernilai,
- Minimnya pengetahuan tentang manajemen usaha mikro, termasuk analisis keuangan dan perizinan,
- Strategi *branding* dan desain kemasan belum optimal, dan
- Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk.

3. METODOLOGI

Pendekatan partisipatif dan pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal digunakan untuk melaksanakan pengabdian ini bersama masyarakat. Model partisipatif digunakan agar masyarakat luas, khususnya peserta UMKM strowbery di Desa Lebakmuncang, turut berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Sebaliknya, prinsip pemberdayaan dilakukan melalui transfer pengetahuan dan pengalaman praktis sehingga masyarakat luas dapat secara mandiri mengembangkan industri strowbery secara bertanggung jawab (Meini & Setyawati, 2021; Suryanto & Nugroho, 2020).

Tahapan kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat di Desa Wisata Lebakmuncang sebagai berikut.:

- Identifikasi dan Pemetaan UMKM
 - Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan menggunakan surveilans lapangan untuk mengidentifikasi pelaku

- UMKM yang mempunyai potensi pengembangan produk strowbery.
- 2) Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara langsung, dan kuesioner sederhana mengenai profil bisnis, kebutuhan karyawan, dan kendala yang diamati.
 - b. Pelatihan teknis dan manajerial.
 - 1) Pelatihan pengolahan strowbery meliputi pembuatan selai, sirup, dodol, dan keripik strowbery dengan menggunakan alat-alat sederhana yang mudah digunakan.
 - 2) Pelatihan manajemen usaha kecil, meliputi analisis harga produk (HPP), pengurusan perizinan usaha (NIB, PIRT), dan pencatatan keuangan sederhana.
 - 3) *Workshop branding* dan desain produk yang menarik, higienis, dan sesuai dengan target pasar.
 - 4) Pelatihan pemasaran digital meliputi pemasaran media sosial, teknik fotografi produk, teknik narasi, dan penggunaan *platform marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee.
 - c. Pendampingan yang intens.
 - 1) Selama dua bulan pelatihan, peserta menerima masukan yang berguna dari instruktur untuk memastikan bahwa keterampilan yang telah diberikan telah diterapkan.
 - 2) Tim juga membantu pelaku UMKM mengembangkan rencana bisnisnya dan terhubung dengan potensi distribusi lokal, seperti toko oleh-oleh dan wisata.
 - d. Evaluasi Program
 - 1) Evaluasi dilakukan dalam dua tahap yaitu evaluasi proses dan evaluasi hasil.
 - 2) Proses evaluasi dilakukan pada saat pelatihan dan pendamping untuk mengamati kinerja siswa, efektivitas materi, dan kemahiran teknis.
 - 3) Kuisisioner, wawancara mendalam, dan pengamatan langsung terap perubahan terap perubahan pada aspek produksi, pengemasan, pemasaran, dan peningkatan omzet usaha digunakan untuk mengevaluasi hasil.
- Sedangkan indikator keberhasilan yang ditetapkan antara lain: (a) meningkatnya jumlah produk strowbery yang dihasilkan, (b) terjadinya perubahan *branding* dan kemasan, (c) banyaknya UMKM yang aktif mempromosikan produk secara daring, dan (d) meningkatnya keuntungan usaha.
- Untuk memastikan keberhasilan program, beberapa langkah strategis dilakukan, antara lain:
- a. Pembentukan UMKM strowbery sebagai sarana komunikasi, berbagi pengalaman, dan promosi bersama.
 - b. Peningkatan kapasitas lokal melalui penunjukan kader lokal yang akan terus mendorong kegiatan UMKM pasca-kegiatan.
 - c. Bekerja sama dengan pemerintah daerah dan kabupaten terkait, UMKM dapat berpartisipasi dalam program lanjutan seperti pelatihan lanjutan, penjualan produk, dan fasilitas permodalan.
 - d. Digitalisasi UMKM terus dilakukan melalui pelatihan dan pemantauan daring sehingga pelaku usaha dapat menggunakan platform digital untuk memantau pasar yang lebih luas.
- Dengan pendekatan holistik yang mempertimbangkan aspek teknis, manajerial, dan promosi serta evaluasi kinerja dan lingkungan organisasi, diharapkan kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan hasil langsung tetapi juga memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal Desa Lebakmuncang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik UMKM Strowbery di Desa Lebakmuncang.

Berdasarkan data observasi dan kualitatif terhadap 12 pelaku UMKM yang menggeluti usaha strowbery (baik olahan maupun buah segar), bahwa mayoritas peserta pelatihan memiliki tingkat pendidikan dasar hingga menengah, dengan pengalaman berwirausaha yang cukup lama (>5 tahun). Namun, mayoritas dari mereka menjalankan usahanya secara informal dan berkelompok tanpa struktur organisasi yang jelas. Model pemanfaatannya pun masih sederhana, dengan sistem produksi yang tidak terdokumentasi.

Dari sisi gender, pelaku UMKM yang paling menonjol adalah perempuan yang menjalankan usaha rumah tangga sambil membimbing teman-temannya. Hal ini menunjukkan potensi usaha rumah tangga pemberdayaan berbasis agribisnis yang dapat terus berkembang.

Identifikasi Masalah UMKM Strowbery Sebelum Intervensi.

Hasil wawancara kualitatif menunjukkan beberapa masalah utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM strowbery, khususnya:

- a. Lemah manajemen keuangan: Banyak pelaku usaha yang tidak memiliki catatan harian, tidak memahami Harga Pokok Produksi (HPP), dan hanya mencari keuntungan dari hasil usahanya. Hal ini terlihat dari kesulitan dalam menentukan harga jual yang tepat serta penetapan harga modal.
- b. Keterbatasan inovasi produk: Mayoritas pedagang hanya menjual strowbery segar dan terkadang menjual produk olahan. Hal ini membuat kami rentan terhadap fluktuasi harga dan musim panen yang tidak menentu.

- c. Akses terhadap teknologi dan pemasaran digital: Hampir semua responden menyatakan bahwa mereka belum menggunakan platform digital untuk pemasaran. Mereka masih sangat mendukung pembeli atau penjual lokal yang datang ke daerah tersebut. Beberapa mungkin tidak memiliki akses internet yang andal atau kemampuan untuk membuat konten promosi.
- d. Kurangnya sertifikasi produk dan legalitas usaha: Tidak banyak bisnis yang memiliki label halal atau izin edar dari Dinas Kesehatan (PIRT), sehingga produknya dijual di pasar yang lebih luas seperti *e-commerce* modern atau nasional.
- e. Respons dan Dampak Program terhadap UMKM

Dari wawancara tanya jawab yang dilakukan ditemukan bahwa sebagian mayoritas pelaku UMKM masih belum memahami pentingnya pencatatan laba dan arus kas secara sistematis, inovasi produk sebagian besar terbatas pada produk segar; hanya ada dua UMKM yang memproduksi selai dan dodol strowbery dodol, kurangnya literasi digital yang menyebabkan kesulitan dalam mengakses pasar daring.

Namun, setelah mengikuti pelatihan, semua peserta mampu membuat kas sederhana dan menghitung harga pokok penjualan (HPP) menggunakan template Excel, lima UMKM berencana untuk memulai memproduksi strowbery kering dan strowbery sirup dan sekitar 80% peserta telah membuat akun di Shopee dan Instagram untuk memasarkan produk mereka.

Berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test* terhadap 12 peserta, dapat Tabel 1 menyajikan hasilnya.

Tabel 1. Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test*

Aspek	Pre-Test (Rata-rata)	Post-Test (Rata-rata)	Δ Skor	p-value
Pengetahuan Manajerial	58,3	79,6	+21,3	0,001
Kemampuan Pemasaran	61,2	84,4	+23,2	0,000

Sumber: data primer

Apabila nilai p kurang dari 0,05, menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kinerja manajerial dan kemampuan pemasaran pasca pelatihan.

Program ini mendapatkan respons positif dari masyarakat. Setelah dilakukan pelatihan, ada beberapa perubahan penting dari sisi pengetahuan dan kinerja pelaku UMKM, yaitu:

a. Peningkatan Kapasitas Manajemen:

Peserta mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan sederhana. Dengan menggunakan buku kas harian dan *template* Excel yang diberikan selama pelatihan, mereka mulai mencatat respons dan kesalahan mereka dalam catatan keuangan. Beberapa peserta mungkin terkejut mengetahui bahwa biaya barang dan jasa mencapai 65% dari keseluruhan modal, oleh karena itu mereka memutuskan untuk mengevaluasi penyedia.

b. Diversifikasi produk strowbery

Pemanfaatan teknologi berhasil menghasilkan beberapa varian produk olahan baru yang dikembangkan secara mandiri oleh pelaku UMKM, yaitu:

- 1) Sirup strowbery alami tanpa pengawet
- 2) Selai strowbery
- 3) Dodol Strowbery

4) Kering strowbery (menggunakan daun dan buah sisa panen)

5) Probiotik (minuman strowbery fermentasi)

Proses produksinya dilakukan dengan tetap memperhatikan standar higienis makanan yang diajarkan dalam pelatihan.

c. Pemanfaatan media sosial dan *marketplace*

Sekitar delapan dari dua belas peserta pelatihan berhasil membuat akun bisnis di Instagram dan Shopee. Mereka memulai dengan mengambil gambar produk menggunakan teknik fotografi sederhana yang diajarkan dalam sesi praktik. Konten seperti "Strowbery Asli dari Lereng Ciwidey" menyoroti adat istiadat setempat dan produk khas dari daerah Wisata.

d. Pembentukan komunitas UMKM Strowbery.

Salah satu hasil tidak resmi dari program ini adalah terbentuknya komunitas informal di antara peserta UMKM Strowbery. Mereka bersemangat untuk terlibat dalam kegiatan bersama dan bertukar barang sehari-hari, seperti bahan kemasan dan pelabelan.

Adapun pelaksanaan pelatihan bagi pelaku UMKM di Desa Wisata Lebakmuncang disajikan pada Gambar 2.





Gambar 2. Penyampaian Materi pelatihan

Analisis Konteks Sosial dan Budaya

Kegiatan yang menyoroti faktor-faktor sosial dan budaya yang memengaruhi kinerja UMKM:

a. Nilai gotong royong dan keluarga

Warga desa secara konsisten bekerja bersama, yang berfungsi sebagai kekuatan dalam upaya produksi dan distribusi bersama. Namun, hal ini juga menghambat inovasi dan persaingan karena orang-orang enggan berpartisipasi dalam pola lama.

b. Peran perempuan dalam UMKM

Perempuan memiliki peran penting dalam UMKM strowbery, namun sebagian besar ditentang oleh otoritas domestik. Kegiatan pelatihan berbasis komunitas yang secara efektif meningkatkan partisipasi anak-anak dan keluarga mereka.

Hambatan dan Tantangan yang diamati

Ada beberapa hal yang masih terjadi bahkan setelah program dimulai:

- Infrastruktur internet di beberapa titik desa masih kurang, sehingga menghambat pemasaran digital.
- Modal untuk membeli peralatan produksi yang lebih baik, seperti blender industri, mesin penyegel vakum, dan oven pengering.

- Proses sertifikasi produk dan perizinan memerlukan masukan yang lebih luas dari pemerintah daerah dan lembaga teknis.

5. KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Wisata Lebakmuncang, Ciwidey, Bandung, Jawa Barat, menunjukkan bahwa pelatihan partisipatif dan bantuan teknis dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap komoditas lokal UMKM, khususnya produk strowbery.

Berdasarkan hasil pengujian, wawancara, diskusi kelompok, dan pre-dan post-tes, menunjukkan bahwa pelatihan manajemen usaha berhasil meningkatkan kemampuan UMKM dalam menganalisis data keuangan, menentukan harga produk, dan mengelola biaya terkait pekerjaan.

Peserta menyoroti pentingnya manajemen keuangan yang baik dalam mempertahankan keberhasilan bisnis. Pendampingan produksi berhasil menghasilkan beberapa produk turunan strowbery yang juga bermutu tinggi, seperti sirup, dodol, selai, teh kering, dan fermentasi minuman. Diversifikasi ini menciptakan pasar baru dan meningkatkan ukuran produk. Pelaku UMKM terus mengkaji dan memanfaatkan media sosial serta *platform marketplace* untuk memperkuat jaringan pemasaran. Ini merupakan langkah awal transformasi digital UMKM lokal agar dapat berkembang pesat di ekonomi digital. Kebersamaan informal di antara peserta UMKM strowbery menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini juga berhasil membangun solidaritas usaha dan semangat gotong royong untuk menambah jumlah hari kebersamaan.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah kondisi infrastruktur digital, ketersediaan sarana untuk proses produksi, serta perlunya pendampingan

yang lebih luas dalam proses sertifikasi produk dan legalitas usaha. Penguatan kemitraan dengan Pemerintah Daerah dan Sektor Pariwisata diperlukan sehingga produk UMKM harus menjadi bagian dari daya tarik pariwisata Desa Lebakmuncang. Hal ini dicapai melalui kerja sama antara pegawai UMKM, pemerintah desa, Dinas Pariwisata, dan pegawai pariwisata setempat..

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada Rektor Universitas Nasional yang telah memberikan dana stimulus pengabdian kepada masyarakat sehingga dapat terlaksana kegiatan pengabdian masyarakat di desa wisata Lebakmuncang, Ciwidey, bandung

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kabupaten Bandung. (2023). *Kecamatan Ciwidey dalam Angka 2023*.
- Hermawan, A., & Widiastuti, T. (2022). Strategi pemasaran digital untuk UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 145–153. <https://doi.org/https://doi.org/10.1234/jpmi.v3i2.145>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Panduan Pengembangan Desa Wisata*.
- Meini, Z., & Setyawati, I. (2021). Penyusunan Laporan Keuangan Koperasi Syariah Mandiri Sejahtera, Depok, Jawa Barat. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(3), 448–455. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i3.6549>
- Nuryanti, S., & Wahyuni, E. (2022). Pengembangan produk olahan hortikultura sebagai upaya peningkatan pendapatan petani. *Jurnal Agribisnis Terapan*, 6(1), 45–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/jat.v6i1.456>
- Setyawati, I. (2024). Dasar-dasar Digitalisasi UMKM. In *Bisnis Digital untuk UMKM* (pp. 1–23).
- Setyawati, I. (2025). Strategi Peningkatan Kapasitas Pengelolaan Wisata. In *Strategi Pengelolaan Wisata Berkelanjutan di Desa Lebakmuncang* (pp. 65–84).
- Setyawati, I., Dewi, D. H., Amalia, B., Sekarani, S. S., Azizah, F. N., Dharmawan, R., Ramadhan, A. F., & Rinaldi, D. (2024). Penyuluhan Tentang Pengelolaan Bisnis Pada UMKM di Desa Kalikidang, Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.31599/chy72p92>
- Suryanto, H., & Nugroho, Y. (2020). Pemberdayaan masyarakat melalui produk unggulan desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 67–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/jpkm.v5i1.67>