



BRIKET SEBAGAI PRODUK LOKAL SERTA PENINGKATAN MUTU UMKM MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING DI KELURAHAN ENOK

BRICKETS AS A LOCAL PRODUCT AND IMPROVING THE QUALITY OF UMKM THROUGH DIGITAL MARKETING TRAINING IN ENOK DISTRICT

**Putri Yasmin Pajar¹, Desinta Umardi², Faddli Setiawan³, Hayati Fiddini⁴, Intan Selvianingsih⁵,
Juliana⁶, Farhana syahirah⁷, Kholifah Taufiq Rifai⁸, Aldefri Nst⁹, Akmal Ibnu Safi'i¹⁰**

¹Pendidikan Fisika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau, Email :

putri.yasmin0122@student.unri.ac.id

²Pendidikan Fisika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau, Email :

desinta.umardi5764@student.unri.ac.id

³Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Riau, Email : faddli.setiawan0709@student.unri.ac.id

⁴Pendidikan Fisika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau, Email :

hayati.fiddini3018@student.unri.ac.id

⁵Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Riau, Email :

intan.selvianingsih2134@student.unri.ac.id

⁶Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Riau, Email : juliana3603@student.unri.ac.id

⁷Pendidikan Masyarakat, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau, Email :

farhana.syahira3778@student.unri.ac.id

⁸Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Riau, Email :

kholifah.taufiq4516@student.unri.ac.id

⁹Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Riau, Email : aldefri.nst5342@student.unri.ac.id

¹⁰Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Riau, Email : akmal.ibnu0714@student.unri.ac.id

*Corresponding Author : kknkelurahanenok2024@gmail.com

DOI:<https://doi.org/10.62567/micjo.v1i4.288>

Article info:

Submitted: 14/08/24

Accepted: 18/10/24

Published: 30/10/24

Abstract

Holding briquette outreach aims to make the public aware of waste management which has the potential to be an energy source. For the people of Enok Village, they have not yet seen the processing of available natural products to be used as biomass energy, even though there are many things that can be innovated from natural materials which could later have the potential to become long-term local products for the people of Enok Village. With local products available, the next goal is how to market them. People can only market their products in the Enok Village environment. So that every MSME player in Enok Subdistrict can understand how to brand a

product and expand market reach. With the presence of local Biomass products, the quality of MSMEs can be improved through socialization and product design training for MSMEs (PKK) in the Enok area. First, the stage of making Biomass products which is carried out in the third week. Second, the preparation stage which is carried out in the fifth week. Third, in the same week, the stage of preparing materials and preparing all the materials needed to carry out digital marketing design training on local products. Fourth, in the same week the final stage of implementing digital marketing training. The results of the service activities show that MSME players are very enthusiastic about participating in socialization activities for making products that were previously unthinkable by the community which could become new innovations and are enthusiastic about implementing digital marketing training.

Keywords : *MSMEs, briquettes, digital marketing, branding, socialization.*

Abstrak

Mengadakan sosialisasi briket bertujuan untuk menyadarkan masyarakat mengenai pengelolaan limbah yang berpotensi sebagai sumber energi. Untuk masyarakat Kelurahan Enok sendiri belum terlihat pengolahan hasil alam yang tersedia guna dijadikan energi biomassa, padahal banyak hal yang dapat diinovasikan dari bahan alam yang nantinya dapat berpotensi sebagai produk lokal jangka panjang masyarakat Kelurahan Enok. Dengan adanya produk lokal yang telah tersedia tujuan berikutnya ialah bagaimana cara memasarkannya. Masyarakat hanya bisa memasarkan produk mereka di sekitar lingkungan Kelurahan Enok. Agar setiap pelaku UMKM di Kelurahan Enok dapat mengerti bagaimana cara branding suatu produk serta memperluas jangkauan pasar. Dengan adanya produk lokal Biomassa, peningkatan mutu UMKM melalui sosialisasi dan pelatihan design product untuk pelaku UMKM (PKK) di daerah Enok. Pertama, tahap pembuatan produk Biomassa yang dilaksanakan pada minggu ketiga. Kedua, tahap persiapan yang dilaksanakan pada minggu kelima. Ketiga, minggu yang sama tahap penyusunan materi dan menyiapkan segala bahan keperluan dalam melaksanakan pelatihan desain digital marketing pada produk lokal. Keempat, pada minggu yang sama tahap terakhir pelaksanaan pelatihan digital marketing. Hasil dari kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pelaku UMKM sangat antusias mengikuti kegiatan sosialisasi pembuatan produk yang sebelumnya tidak terfikirkan oleh masyarakat yang bisa menjadi inovasi baru serta semangat dalam pelaksanaan pelatihan digital marketing.

Kata Kunci : *UMKM, briket, digital marketing, branding, sosialisasi.*

1. PENDAHULUAN

Kelurahan Enok adalah salah satu Kelurahan yang ada di Kecamatan Enok. Kelurahan Enok merupakan pusat pemerintahan Kecamatan Enok. Saat ini, Kelurahan Enok memiliki luas wilayah \pm 4.730 Ha. Dari pusat Kelurahan Enok menuju pusat pemerintahan Kecamatan Enok berjarak \pm 3 Km. Sedangkan dari Kelurahan Enok menuju ibu Kota Kabupaten Indragiri Hilir (Tembilahan) berjarak \pm 23 Km yang dapat ditempuh dalam waktu \pm 1,5 Jam dengan menggunakan transportasi kendaraan roda dua, kemudian dilanjutkan dengan menggunakan angkutan sungai (Pompong) untuk menyeberang Sungai Indragiri dalam waktu \pm 10 Menit. Dan dari Kelurahan Enok menuju ibukota Provinsi (Pekanbaru) berjarak \pm 225 km. Berdasarkan data dari profil Kelurahan jumlah penduduk 5.083 jiwa, penduduk laki-laki 2.536 jiwa dan penduduk perempuan 2.547 jiwa. Dan jumlah kepala keluarga sebesar 1.335 Kartu Keluarga (KK).

Secara umum pencaharian masyarakat lurah Kelurahan Enok terbagi menjadi beberapa bidang mata pencaharian, seperti petani/pekebun, nelayan, pegawai negeri sipil (PNS), pedagang klontong, peternak, badan swasta, pensiunan PNS, Ibu Rumah Tangga, wirausaha, karyawan honorer, perawat



swasta. Menurut data yang kami peroleh dari Ibu Lurah tentang profil desa bahwasanya sebagian mata pencaharian penduduk adalah petani, buruh tani kelapa dan pedagang. Berdasarkan data yang kami peroleh bahwa mata pencaharian yang sering dilakukan masyarakat yaitu sebagai petani kelapa atau lebih di kenal banyak ke bidang perkebunan.

Penduduk Kelurahan Enok kaum perempuan adalah 2.547 jiwa. Kami kelompok KKN mahasiswa Universitas Riau melihat potensi yang bisa di kembangkan melalui ibu rumah tangga di sebagian penduduk perempuan ini. Dilihat dari keseluruhannya, banyak ibu rumah tangga yang mengikuti program Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dan juga sudah memulai untuk membuka usaha mikro kecil menengah (UMKM). Permasalahan yang dapat kami temukan itu ada pada bagaimana cara mereka dalam memasarkan produk mereka, mereka hanya bisa memasarkan produk mereka kepada tetangga maupun orang terdekat saja dan tidak tau cara untuk memperluas jangkauan pasarnya.

Kembali lagi ke produk biomassa, Sumber energi alternatif yang dapat diperbaharui di Indonesia tersedia cukup banyak diantaranya adalah yang berasal dari biomassa atau bahan-bahan limbah organik. Beberapa biomassa terpilih karena memiliki potensi yang cukup besar yang berasal dari tempurung kelapa alasan tempurung kelapa banyak sekali dijumpai di Kelurahan ini. Sumber biomassa yang berasal dari limbah pertanian/perkebunan selama ini masih banyak yang belum diolah secara optimal bahkan ada yang dibuang begitu saja (Fitriana & Febrina, 2021). Untuk meningkatkan nilai ekonomisnya, biomassa dapat diolah menjadi briket arang. Briket arang merupakan bahan bakar padat yang mengandung karbon, mempunyai nilai kalori yang tinggi dan dapat menyala dalam waktu yang lama. Bioarang adalah arang yang diperoleh dengan membakar biomassa kering tanpa udara.

Selanjutnya survey yang dilakukan oleh pengabdian kuliah kerja nyata Kelurahan Enok dalam mengamati kondisi dan seluruh aktivitas masyarakat di lingkungan Lurah Enok, permasalahan utama yang teridentifikasi adalah kurangnya pemahaman mengenai produk energi serta pemahaman akan pentingnya branding suatu produk. Di sini kami fokus pada peningkatan mutu UMKM melalui sosialisasi dan pelatihan design product untuk pelaku UMKM (Ibu ibu PKK) di daerah Kelurahan Enok. Pelaku UMKM harus terus melakukan inovasi dan kreatifitas untuk meningkatkan kualitas produk nya, salah satunya melalui branding produk berupa desain mockup dan logo serta bagaimana cara mendapatkan label *Halal*. Program sosialisasi dan pelatihan design product yang di lakukan dengan tujuan agar setiap pelaku UMKM dapat mengerti bagaimana cara untuk branding suatu product dan agar memperluas jangkauan pasar dari usaha mereka itu sendiri. Branding itu sendiri merupakan pencitraan agar suatu produk dapat menarik dan melekat di benak konsumen (Fauzan et al., 2023).

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Kelurahan Enok Universitas Riau pada hari senin tanggal 12 Agustus 2024. Bertempat di Aula Kantor Lurah Kelurahan enok Kecamatan Enok Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau. Metode pelaksanaan kegiatan ini mengikuti metode (Martilah, et al.,2024, atik, et al.,2024) yaitu survei lapangan untuk selanjutnya pertemuan langsung untuk penyampaian sosialisasi dengan Tema “Pengembangan Biomassa dan Ekonomi Kreatif” oleh narasumber oleh Putri Yasmin Pajar dan Faddli Setiawan kepada para UMKM serta Ibu-ibu PKK yang ada di Aula Kantor Lurah Enok. Alat dan bahan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah briket sebagai produk lokal serta materi presentasi dalam bentuk file video, PPT dan media laptop sebagai alat bantu. untuk menyampaikan materi disampaikan langsung oleh ketua kelompok Kukerta Faddli Setiawan, Handphone sebagai alat untuk dokumentasi berlangsungnya kegiatan KKN. Sasaran dalam kegiatan ini adalah Ibu-Ibu PKK dan UMKM di Kelurahan Enok.

Tahapan pelaksanaannya kegiatan sosialisasi ini tertera pada Tabel 1

Tabel 1. Tahapan kegiatan Sosialisasi

Tahap	Kegiatan
1	Pembuatan produk briket
2	Survei lapangan dan lokasi sosialisasi
3	Diskusi jadwal pelaksanaan dengan Kelurahan dan PKK
4	Menyiapkan pamflet dan surat undangan
5	Menyiapkan alat dan bahan
6	Kegiatan inti

Pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (Kukerta) dilaksanakan di Kelurahan Enok, Kecamatan Enok, Kabupaten Indragiri Hilir dilaksanakan selama 40 hari 14 Juli 2024 s/d 22 Agustus 2024. Metode yang dilakukan pada penerapan program ini yaitu sebagai berikut :

Pertama, tahap persiapan dan pembuatan produk Biomassa yakni briket yang dilaksanakan pada minggu ketiga awal.

Kedua, yaitu tahap persiapan yang dilaksanakan pada minggu kelima. Pada minggu kelima ini tim Kukerta melakukan kunjungan ke aparat kelurahan dan PKK Kelurahan Enok. Hal tersebut dilakukan guna mengetahui kondisi UMKM yang ada di Kelurahan Enok, serta untuk berdiskusi guna merumuskan strategi penerapan pelatihan bagi UMKM. Pelatihan yang akan diterapkan merupakan pelatihan desain dan digital marketing, hal tersebut dilakukan karena melihat terdapatnya produk UMKM di kelurahan Enok yang belum melakukan pemasaran produk secara digital.

Ketiga, yaitu tahap penyusunan materi dan menyiapkan segala bahan keperluan dalam melaksanakan pelatihan digital marketing kepada pelaku UMKM di Kelurahan Enok.

Keempat, tahap terakhir yaitu pelaksanaan pelatihan digital marketing, pada pelatihan ini selain mengundang pelaku UMKM namun juga berkolaborasi dengan kader-kader PKK, dengan harapan setelah berakhirnya pelaksanaan kukerta ini pemberdayaan pelaku UMKM dapat dilanjutkan oleh kader-kader PKK. Dengan dilaksanakannya pelatihan ini tentu menghasilkan output yang diinginkan, dimana seluruh peserta UMKM dapat men-desain produk mereka melalui packaging maupun advertising semenarik mungkin, sehingga ketika dilakukannya promosi di platform-platform yang tersedia dapat lebih menarik konsumen. Selain itu juga pelaku UMKM dilatih untuk bagaimana memaksimalkan pemanfaatan e-commerce untuk mengembangkan usaha mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pembuatan Briket

Pemanfaatan batubara sebagai bahan bakar padat dari segi ekonomis dan lingkungan kurang direkomendasikan karena pembakaran batubara mengeluarkan fly ash yang tidak baik jika terhirup oleh manusia. Sehingga potensi briket bioarang sebagai pengganti batu bara dan arang cukup besar karena: (1). Tidak/sedikit mengeluarkan asap saat dibakar, (2).Terbuat dari bahan yang bisa diperbarui (renewable), (3). Lebih hemat, dengan jumlah bahan baku yang sama bisa menghasilkan briket lebih banyak dibandingkan jika dibuat arang biasa. Potensi briket bio-arang sebagai sumber energi alternatif sangat kuat karena bahan bakuyang digunakan untuk membuat briket bioarang tersedia terus menerus dan bisa diperbarui (renewable dan sustainable) (Fitriana & Febrina, 2021). Pembuatan briket bioarang ini dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi yang sederhana sehingga mudah dipelajari dan diadopsi oleh masyarakat. Bagi sebagian daerah di Indonesia yang masih sulit terjangkau sarana transportasi dalam proses pendistribusian bahan bakar, maka penggunaan briket bio-arang sangat membantu sebagai alternatif sumber bahan bakar yang dapat diperbarui dan bermanfaat untuk masyarakat. Teknologi pembuatan briket bioarang juga tidak memerlukan bahan kimia lain kecuali yang terdapat dalam bahan briket itu sendiri. Program ini dimaksudkan untuk penganekaragaman sumber energi terbarukan untuk kebutuhan harian Rumah Tangga dan Kelompok Usaha Kecil Menengah

(KUKM), dengan memanfaatkan potensi biomasa yang besar. Tujuan jangka panjangnya, diharapkan bisa meminimalkan subsidi bahan bakar gas yang semakin meningkat (Diretorat Jenderal EBTKE, 2021).

Untuk tahapannya, tahap awal yakni pembuatan Briket kami melakukan persiapan dan pembuatan produk Biomassa yang dilaksanakan pada minggu ketiga awal. Briket ini berbahan dasar tempurung kelapa dan tepung kanji. Kami melakukan proses pembuatannya di depan posko pada tanggal 28 Juli 2024. Untuk proses pembuatannya yaitu :

1. Kumpulkan tempurung kelapa kering
2. Bakar tempurung kelapa diatas genting besi/alas yang tidak terbakar
3. Jika api mulai padam, padamkan arang dengan kain basah atau air
4. Keringkan dibawah sinar matahari
5. Pisahkan sabut-sabut kelapa dengan arangnya
6. Haluskan arang kelapa lalu saring serbuknya
7. Siapkan tepung tapioka/kanji dan air 2:1. Lalu masak atau tepungnya dgn air panas 1:1
8. Campurkan tepung dengan arang
9. Cetak dan keringkan
10. Uji coba



Gambar 1. Proses pembuatan Briket

2. Sosialisasi Briket dan Pelatihan Digital Marketing

Sosialisasi dilakukan dengan cara memperkenalkan produk biomassa yang salah satunya ialah briket, yang sebelumnya proses pembuatannya telah diselesaikan oleh anggota Kukerta. Kami membawa produk jadi yakni briket untuk diperkenalkan dan selanjutnya diarahkan proses pembuatan branding serta pemasarannya. Secara khusus, desain grafis adalah keahlian menyusun dan merancang unsur visual menjadi informasi yang dimengerti publik/masyarakat (Tiawan et al., 2020). Adapun pelatihan Digital Marketing merupakan suatu kegiatan yang berfokus pada pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan jalur digital guna meningkatkan dan mengembangkan bisnis yang telah beroperasi di pasar. Digital Marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen (Purwana et al, dalam Jannatin, et al., 2020). Digital Marketing sendiri memiliki beberapa tujuan yaitu : Meningkatkan pangsa pasar, Meningkatkan jumlah komentar pada suatu media sosial, Meningkatkan pendapatan, Mengurangi biaya distribusi atau promosi, Meningkatkan kepuasan pelanggan, Memperbaiki manajemen rantai suplai (Pradiani, 2017). Kelompok Kukerta Kelurahan Enok melakukan pengenalan platform jual beli online, dompet digital dan edukasi produk *Halal* serta pelatihan kelas desain grafis dan pelatihan digital

marketing di ruang Aula Kantor kelurahan Enok yang dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2024 dan dihadiri oleh pelaku UMKM (Ibu-ibu PKK). Pelaksanaan pelatihan tersebut mendapatkan respon yang positif dari para peserta yang hadir. Dengan dilaksanakannya kegiatan pelatihan ini diharapkan agar pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Enok dapat lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya sehingga dapat berpotensi meningkatkan hasil pendapatan usaha yang ada.



Gambar 2. Pemaparan sosialisasi briket dan digital marketing



Gambar 3. Sesi foto bersama bersama peserta sosialisasi bersama pelaku UMKM dan Ibu-ibu PKK

Sesi selanjutnya adalah tanya jawab. Anggota pengabdian memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan terkait materi pengabdian. Pada sesi ini penyaji juga memberikan informasi tentang produk biomassa yang ada di kota Pekanbaru serta aplikasi branding yang biasa digunakan untuk pemasaran.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh pengabdian kuliah kerja nyata Kelurahan Enok dalam mengamati kondisi dan seluruh aktivitas masyarakat di lingkungan Lurah Enok, permasalahan utama yang teridentifikasi adalah kurangnya pemahaman akan pentingnya pembuatan produk energi dari alam serta branding suatu produk.

Program sosialisasi dan pelatihan design product yang dilakukan dengan tujuan agar setiap pelaku UMKM dapat mengerti bagaimana cara untuk branding suatu product dan agar memperluas jangkauan pasar dari usaha mereka itu sendiri. Pelatihan yang akan diterapkan merupakan pelatihan desain dan digital marketing, hal tersebut dilakukan karena melihat terdapatnya produk UMKM di Kelurahan Enok yang belum melakukan pemasaran produk secara digital.

Keempat, tahap terakhir yaitu pelaksanaan pelatihan digital marketing, pada pelatihan ini selain mengundang pelaku UMKM namun juga berkolaborasi dengan kader-kader PKK, dengan harapan

setelah berakhirnya pelaksanaan kukerta ini pemberdayaan pelaku UMKM dapat dilanjutkan oleh kader-kader PKK.

Kelompok Kukerta Kelurahan Enok melakukan pelatihan kelas pelatihan digital marketing di Aula Kelurahan Enok yang dilaksanakan pada tanggal 14 Juli 2024 dan 22 Agustus 2024 dan dihadiri oleh pelaku UMKM (Ibu-ibu PKK). Diharapkan setelah mengikuti kegiatan pelatihan ini diharapkan agar pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Enok dapat lebih kreatif dan inovatif dalam membuat suatu inovasi produk dan memasarkan produknya sehingga dapat berpotensi meningkatkan hasil pendapatan usaha yang ada.

1. Masyarakat

- a. Masyarakat sebaiknya mengembangkan potensi sumber daya alam yang ada di wilayah Kelurahan Enok khususnya di bidang biomassa
- b. Masyarakat sebaiknya mengembangkan potensi sumber daya manusia yang ada di wilayah Kelurahan Enok khususnya di bidang usaha
- c. Diperlukan kerjasama antara masyarakat dengan berbagai pihak terkait dengan produk yang telah ada di Kelurahan Enok seperti keripik maupun dodol yang terbuat dari olahan kelapa dan produk olahan makanan lainnya. Yang bisa dibantu oleh BAPPEDA, dan BPOM daerah yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir.

2. Pemerintah

- a. Pemerintah perlu berusaha memfasilitasi keperluan yang dibutuhkan oleh masyarakat dengan pengadaan fasilitas yang lebih memiliki manfaat dan berguna untuk jangka waktu yang lama seperti jembatan untuk transportasi
- b. Pemerintah juga diharapkan dapat memberikan dukungan terhadap Kelompok Usaha UMKM yang ada di wilayah Batu Panjang mungkin dengan cara memberikan pengarahan dan pelatihan mengenai produk atau desain produk, sehingga para pemilik usaha mikro kecil menengah merasa diberi pengayoman oleh pemerintah setempat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lurah, pelaku UMKM dan PKK di Kelurahan Enok.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Fauzan, F. A., Lestari, E. P., Ardio, K., & Widaningrum, I. (2023). Peningkatan Mutu dan Kualitas UMKM Dengan Membangun Brand dan Brand Exposure Untuk Memperluas Segmentasi Pasar. *Society : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 117–122. <https://doi.org/10.55824/jpm.v2i2.267>
- Fitriana, W., & Febrina, W. (2021). Analisis Potensi Briket Bio-Arang Sebagai Sumber Energi Terbarukan. *Jurnal Teknik Pertanian Lampung (Journal of Agricultural Engineering)*, 10(2), 147. <https://doi.org/10.23960/jtep-1.v10i2.147-154>
- Tiawan, Musawarman, Sakinah, L., Rahmawati, N., & Salman, H. (2020). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Tingkat Smk Di Smkn 1 Gunung Putri Bogor. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 476–480. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.417>
- Jannatin, R., Wardhana, M. W., Haryanto, R. & Pebriyanto, A., 2020. Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Impact : Implementation and action*, II(2).
- Pradiani, T., 2017. Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Jibeka, XI(2), pp. 46-53.
- Direktorat Jenderal EBTKE. 2021. Transisi Energi, Kementerian ESDM Jalin Kerja Sama Program Peningkata Akses Energi Bersih dan Berkelanjutan. Siaran Pers. 8 Maret 2021.



<https://ebtke.esdm.go.id/post/202103/08/2819>
transisi.energi.kementerian.esdm.jalin.kerja.sama.program.peningkatan.akses.energi.bersih.dan.
berkelanjutan.