

Pendampingan UMKM dalam Program Digitalisasi Keuangan Usaha di Desa Ngargogondo

Dinar Melani Hutajulu¹, Ivo Novitaningtyas², Fitrah Sari Islami³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar

¹dinarmelani@untidar.ac.id

Received: 5 Juli 2022; Revised: 12 Oktober 2022; Accepted: 31 Oktober 2022

Abstract

MSMEs in Ngargogondo Village were MSMEs that are developing because of government support for the development of the welfare of rural communities in the tourist area of Borobudur Temple. MSMEs in this village consist of handicraft products and snacks. The problems faced by MSMEs entrepreneurs in this village were unprofessional business management, conventional marketing methods and poor financial management. The purpose of this dedication activity was to assist partners in increasing their skills and knowledge in business financial management, business marketing and the use of digital technology in finance and marketing. The methods used in this activity were the lecture method, tutorial, discussion and mentoring method. The results obtained were that partners gain an understanding of good business financial management, understanding of business governance and marketing, understanding of business financial accounting procedures and ability in the practice of digitizing business finance and digital marketing.

Keywords: financial digitization; digital marketin; MSMEs

Abstrak

UMKM di Desa Ngargogondo merupakan UMKM yang sedang berkembang karena adanya dukungan pemerintah untuk pengembangan kesejahteraan masyarakat desa di kawasan wisata Candi Borobudur. UMKM di desa ini terdiri dari produk kerajinan dan juga makanan ringan. Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di desa ini yaitu pengelolaan usaha yang kurang profesional, metode pemasaran yang masih konvensional serta pengelolaan keuangan yang kurang tertata dengan baik. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini yaitu untuk membantu para mitra dalam meningkatkan kemampuan dan pengetahuan dalam pengelolaan keuangan usaha, pemasaran usaha serta penggunaan teknologi digital dalam keuangan dan pemasaran. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu, metode ceramah, tutorial, diskusi dan metode pendampingan. Hasil yang diperoleh yaitu para mitra mendapatkan pemahaman tentang manajemen keuangan usaha yang baik, pemahaman tentang tata kelola usaha dan pemasaran, pemahaman tata cara pembukuan keuangan usaha dan kemampuan dalam praktik digitalisasi keuangan usaha dan pemasaran digital.

Kata Kunci: digitalisasi keuangan; pemasaran digital; UMKM

A. PENDAHULUAN

Saat ini, pertumbuhan UMKM berkembang dengan sangat pesat. Pemerintah juga turut mendukung peningkatan jumlah UMKM karena UMKM dapat membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dapat

dikatakan bahwa UMKM merupakan tonggak utama perekonomian masyarakat (Sarfiyah et al., 2019). Hal inilah yang menjadi dasar untuk UMKM dapat dikembangkan hingga ke pelosok desa. Disamping itu, UMKM juga dapat dimulai dengan modal yang minim

sehingga masyarakat dapat dengan mudah memulai jenis usaha ini (Sulistiyowati & Lestari, 2016). Begitu juga dengan kondisi UMKM di Desa Ngargogondo. Masyarakat sekitar memulai berbagai macam usaha di desa ini karena adanya dukungan dari pemerintah setempat dan juga di sokong oleh dekatnya desa ini dengan kawasan wisata Candi Borobudur. Sehingga masyarakat termotivasi untuk mengembangkan berbagai jenis usahanya karena berpotensi untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Ngargogondo tersebut. Apalagi didukung oleh dekatnya Desa Ngargogondo dengan kawasan wisata internasional Candi Borobudur.

Desa Ngargogondo merupakan desa yang berada di Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah dan masih menjadi desa yang masuk dalam program pengembangan pemerintah untuk dijadikan kawasan pendukung wisata di sekitar Candi Borobudur. Hal ini menyebabkan bertumbuhnya sejumlah UMKM baik di bidang kerajinan seni maupun di bidang makanan ringan dan oleh-oleh seperti slondok, kripik, *dream catcher*, batok, cangkir dan lain-lain (Gambar 1).



Gambar 1. Produk UMKM Desa Ngargogondo

Situasi terkini UMKM di Desa Ngargogondo yaitu UMKM bertumbuh dengan pesat namun dalam menjalankan suatu usaha, kemampuan pengelolaan para pelaku UMKM masih didasarkan pada pengetahuan seadanya. Para pelaku usaha biasa berbisnis dengan cara-cara lama dan kemampuan manajerial usaha yang masih seadanya. Disamping itu juga, pelaku usaha cenderung monoton dalam memasarkan produk hanya pada batas lingkup kawasan wisata candi. Sehingga menyebabkan pendapatan usaha yang stagnan dan kurang mampu menopang kemajuan suatu usaha.

Permasalahan yang paling mencolok ketika tim pengabdian melakukan kunjungan ke lokasi mitra yaitu pengelolaan usaha yang kurang profesional, metode pemasaran yang masih konvensional serta pengelolaan keuangan yang kurang tertata dengan baik. Hal ini tentu saja berdampak pada kelangsungan usaha. Di samping itu juga, karena para pelaku usaha merupakan masyarakat desa yang bukan tergolong generasi milenial, ada kesulitan tersendiri bagi para pelaku usaha untuk memahami menerapkan model pengelolaan usaha terkini dan cara melakukan perluasan pasar model saat ini. Sehingga pelaku usaha UMKM di Desa Ngargogondo cenderung mengalami stagnasi dalam perkembangan usahanya.

Dalam menanggapi kondisi ini, tim pengabdian menawarkan solusi yang sesuai untuk menjawab permasalahan mitra saat ini. Tim pengabdian berkoordinasi untuk melakukan pendampingan terhadap UMKM dalam hal keuangan usaha, pengelolaan usaha dan pemasaran. Solusi diarahkan terkhusus pada aspek keuangan usaha karena penerapan literasi keuangan adalah komponen penting dalam pengelolaan usaha yang baik (Patmawati et al., 2021). Selain itu dengan adanya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang baik, tidak menutup kemungkinan bagi suatu usaha untuk dapat mengembangkan usahanya dengan mendapatkan akses permodalan berdasarkan acuan dari pencatatan keuangan usaha yang tertata dengan rapi (Afifah et al., 2021; Kemenkeu, 2022). Juga dalam konteks pengelolaan usaha dan pemasaran, hal ini juga menjadi aspek penting dalam menunjang eksistensi suatu usaha, daya saing usaha serta kemajuan dari suatu usaha (Rahmah et al., 2022; Setiawati & Safitri, 2021).

Sehingga para pelaku usaha nantinya akan didampingi untuk mendapatkan pengetahuan mengenai manajemen keuangan usaha yg baik, tata cara pembukuan keuangan usaha, digitalisasi keuangan usaha, tata kelola usaha yang tepat serta pemasaran yang sesuai dengan kondisi terkini. Dalam kegiatan pendampingan ini, mitra akan mendapat

Pendampingan UMKM dalam Program Digitalisasi Keuangan Usaha di Desa Ngargogondo

Dinar Melani Hutajulu, Ivo Novitaningtyas, Fitrah Sari Islami

transfer ilmu pengetahuan dan teknologi mengenai keuangan dan pemasaran usaha secara digital melalui aplikasi keuangan digital dan media sosial sebagai sarana pemasaran terkini.

Dalam kegiatan ini juga, mitra diharapkan dapat berpartisipasi dalam kegiatan pendampingan dan aktif dalam mengikuti kegiatan ini sehingga ilmu dan kompetensi yang disampaikan dapat terealisasi dengan baik dalam kegiatan pengelolaan usaha. Dengan terlaksananya kegiatan ini luaran yang diharapkan akan tercapai yaitu peningkatan pemahaman mitra dalam manajemen keuangan usaha, peningkatan kemampuan dalam pembuatan keuangan usaha, penguasaan dan keterampilan dalam penggunaan keuangan digital, pengetahuan tentang tata kelola usaha serta kemampuan dalam pemasaran usaha secara digital.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan di Desa Ngargogondo pada hari Sabtu, 21 Mei 2022 bertempat di Terasering Ngargogondo. Peserta kegiatan merupakan masyarakat Desa Ngargogondo yang menjadi pelaku usaha UMKM di desa tersebut dengan jumlah peserta sebanyak 15 orang. Metode yang dilakukan dalam pengabdian ini yaitu metode ceramah, metode tutorial, metode diskusi, dan metode pendampingan (Tabel 1).

Metode ceramah yang dilakukan merupakan upaya transfer ilmu pengetahuan kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha dalam melakukan manajemen keuangan usaha yang baik. Selanjutnya metode tutorial dengan memberikan pemahaman terlebih dahulu mengenai pembukuan keuangan usaha kemudian menyampaikan *step by step* pencatatan pembukuan usaha yang sesuai dengan kaidah akuntansi keuangan. Dalam sesi ini, narasumber langsung juga mencontohkan pencatatan pembukuan keuangan usaha tersebut.

Metode selanjutnya yaitu diskusi, pelaku usaha berkonsultasi dan mendiskusikan mengenai tata kelola usaha yang selama ini

dilakukan dan narasumber memberikan saran bagaimana tata kelola yang sebaiknya harus dilakukan dalam pengelolaan usaha yang baik agar suatu usaha berjalan dengan lancar. Metode terakhir yaitu pendampingan dalam penggunaan teknologi baik itu digitalisasi keuangan usaha maupun pemasaran digital. Peserta kegiatan akan diarahkan untuk membuka *smartphone* masing-masing, mendownload aplikasi keuangan digital usaha dan didampingi dalam penulisan keuangan secara digital, tentunya peserta kegiatan sudah membawa catatan keuangan konvensional yg mungkin ada dalam usaha mereka. Kemudian akan didampingi menggunakan akun media sosial sebagai sarana pemasaran digital dengan memberikan tips dan trik pemasaran yang baik dan menarik.

Tabel 1. Metode dan Materi Pengabdian

No	Metode	Materi
1	Ceramah	1. Manajemen Keuangan Usaha
2	Tutorial	2. Tata Cara Pembukuan Keuangan Usaha
3	Diskusi	3. Tata Kelola Usaha
4	Pendampingan	4. Digitalisasi Keuangan Usaha
		5. Pemasaran Digital

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilakukan di Terasering Ngargogondo, Desa Ngargogondo pada hari Sabtu, 21 Mei 2022. Kegiatan ini terlaksana dengan dukungan kepala desa setempat dan juga koordinasi dengan koordinator UMKM di Desa Ngargogondo. Acara berlangsung dari pagi hari dengan dihadiri oleh pelaku UMKM di Desa Ngargogondo sebagai peserta kegiatan sebanyak 15 orang (Gambar 2).

Pada tahap awal, peserta diizinkan untuk menyampaikan profil usaha dan kondisi usaha masing-masing dari aspek keuangan dan juga pemasaran. Kemudian diberi motivasi mengenai langkah terbaik yang mungkin bisa dilakukan untuk memajukan usaha tersebut. Kemudian selanjutnya diberikan pemahaman mengenai manajemen keuangan usaha. Topik ini disampaikan dalam bentuk ceramah dengan wujud transfer ilmu pengetahuan kepada peserta kegiatan. Pada tahap ini, partisipasi

peserta mulai terpacu dengan memberikan beberapa pertanyaan terkait kendala dalam mengatur keuangan usaha. Aktivitas tanya jawab juga berlangsung cukup panjang karena para peserta banyak menghadapi kendala dalam manajemen keuangan usaha secara pribadi.



Gambar 2. Penyampaian Materi Kegiatan

Tahap selanjutnya dilanjutkan dengan metode tutorial dalam topik tata cara pembukuan keuangan usaha, dimana para peserta kegiatan diberikan contoh pencatatan keuangan usaha berdasarkan data usaha yang diberikan narasumber. Dalam tahap ini peserta kegiatan diberitahukan mengenai ketentuan-ketentuan dalam pembukuan keuangan usaha sesuai dengan kaidah akuntansi keuangan usaha. Sehingga untuk pencatatan transaksi dapat dituliskan berdasarkan ketentuan-ketentuan tersebut. Peserta kegiatan merupakan peserta yang belum familiar dengan pencatatan transaksi keuangan secara konsisten dan mengikuti ketentuan pembukuan. Sehingga cukup panjang waktu yang dibutuhkan dalam menyampaikan topik pembukuan ini. Kemudian pada metode diskusi, narasumber menyampaikan mengenai topik tata kelola usaha dan para peserta kegiatan dipersilahkan untuk menyampaikan kondisi pengelolaan usaha masing-masing yang dilakukan saat ini dan terdapat sesi tanya jawab. Dalam tahap ini, cukup banyak pertanyaan dari peserta kegiatan yang didasari pada pengalamannya dalam mengelola usaha.

Tahap terakhir yaitu sesi dimana narasumber dan tim pengabdian melakukan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan dalam menggunakan teknologi dalam konteks digitalisasi keuangan dan pemasaran digital (Gambar 3). Saat ini, semua kegiatan serba digital, termasuk pencatatan

keuangan dan kegiatan pemasaran. Sehingga peserta harus mengikuti hal ini demi memudahkan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Peserta sudah dihimbau untuk membawa smartphone dan diarahkan untuk mendownload aplikasi keuangan UMKM yaitu diantaranya si Apik, Buku Warung dan BukuKas. Peserta dihimbau memilih satu aplikasi saja dan memilih mana yang paling cocok dan fleksibel penggunaannya untuk jenis usaha masing-masing. Kemudian setelah melakukan instal aplikasi, peserta dipandu untuk membuat akun dan mencatatkan transaksinya secara digital, beberapa peserta ada yang sudah membawa catatan keuangan harian usaha seadanya, beberapa peserta lain hanya mengingat transaksi yang biasa mereka lakukan dalam usahanya. Dalam tahap ini, partisipasi mitra sangat aktif dan antusias. Hal ini merupakan respon yang baik karena para peserta memiliki ketertarikan untuk menjelajah dunia digital dan memanfaatkan dunia digital dalam membantu penulisan keuangan usaha yang lebih praktis.



Gambar 3. Pendampingan UMKM dalam Digitalisasi Keuangan dan Pemasaran Digital

Kemudian setelah melakukan pendampingan pada pencatatan keuangan digital, peserta kegiatan diarahkan untuk membuka akun media sosial masing-masing. Terlebih dahulu narasumber menyampaikan pentingnya aktivitas pemasaran bagi suatu usaha untuk memperluas pasar, meningkatkan daya saing dan menambah pendapatan usaha. Kemudian mendampingi peserta kegiatan untuk melakukan kegiatan promosi di akun media sosial masing-masing dengan menggunakan foto produk yang sebelumnya sudah dibawa. Narasumber juga menyertakan tips dan trik agar kegiatan promosi ataupun pemasaran menjadi lebih menarik, bagaimana

Pendampingan UMKM dalam Program Digitalisasi Keuangan Usaha di Desa Ngargogondo

Dinar Melani Hutajulu, Ivo Novitaningtyas, Fitrah Sari Islami

cara posting produk di akun media sosial agar pembeli tertarik, tips lainnya terkait pemasaran. Beberapa peserta lain ada yang belum memiliki akun media sosial, sehingga tim pengabdian mendampingi dalam pembuatan akun media sosial dan mendampingi dalam pembuatan halaman berjualan seperti di facebook atau memanfaatkan kontak Whatsapp untuk melakukan promosi ringan di Whatsapp.

Setelah menyelesaikan kegiatan pendampingan ini, para peserta diberi penguatan untuk memahami seberapa pentingnya konsistensi dalam mencatat keuangan dan melakukan pemasaran secara digital. Dengan adanya keuangan yang tertata rapi dan tersampaikan secara digital, suatu usaha dapat melihat kondisi serta perkembangan usahanya. Sehingga dapat menjadi gambaran untuk melakukan pengembangan usaha. Selain itu, dengan adanya keuangan usaha yang tersampaikan, dapat menjadi dasar bagi pelaku usaha untuk mendapatkan akses permodalan seperti kredit perbankan dalam rangka pengembangan usaha. Sehingga penyalur kredit dapat melihat kesehatan dari suatu usaha berdasarkan laporan keuangan yang sudah ada. Selain keuangan, pemasaran secara digital juga menjadi cara yang ampuh saat ini untuk memperluas pasar dan menambah pendapatan (Widianti et al., 2021). Karena dengan adanya digitalisasi, pemasaran tidak terbatas lagi pada ruang dan waktu. Bahkan konsumen dari berbagai daerah manapun dapat mengakses produk usaha kita. Apalagi didukung dengan kebiasaan konsumen saat ini yang lebih suka berbelanja online melalui media sosial, *web*, dan *e-commerce* karena lebih praktis, konsumen tinggal menunggu barang diantar kerumah (Setiawan et al., 2022).

Setelah melakukan penguatan, tim pengabdian melakukan evaluasi terhadap keterlaksanaan kegiatan ini. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah permasalahan mitra dapat terjawab dengan solusi yang telah diberikan oleh tim pengabdian. Evaluasi dilakukan dengan cara menyampaikan kuesioner kepada peserta kegiatan untuk mengetahui seberapa jauh

mereka telah memahami apa yang disampaikan oleh tim pengabdian.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Kegiatan

No	Kemampuan	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan
1	Pemahaman tentang Manajemen Keuangan Usaha	Kurang	Baik
2	Pemahaman tentang Tata Kelola Usaha dan Pemasaran	Cukup	Sangat Baik
3	Pemahaman dalam Tata Cara Pembukuan Keuangan Usaha	Sangat Kurang	Baik
4	Praktik Digitalisasi Keuangan Usaha dan Pemasaran Digital	Sangat Kurang	Baik

Berdasarkan hasil evaluasi pada Tabel 2, para peserta kegiatan menyatakan bahwa rata-rata sudah memiliki pemahaman dan kemampuan yang baik dalam kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian. Hal ini berarti bahwa solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian untuk menyelesaikan masalah pembukuan keuangan usaha, pengelolaan usaha dan pemasaran, telah mampu menjawab kebutuhan mitra dengan hasil evaluasi yang bernilai baik. Harapan selanjutnya, pelaku UMKM dapat memperoleh kemajuan dalam usahanya kedepan melalui solusi yang telah diberikan oleh tim pengabdian. Sehingga kesejahteraan masyarakat sekitar, terkhusus para pelaku UMKM semakin meningkat.

Beberapa faktor pendorong dari terlaksananya program ini yaitu dukungan dari universitas melalui kerjasama dengan pemerintah Desa Ngargogondo, masuknya desa ini menjadi desa binaan dengan kerjasama mitra yang telah terjalin sebelumnya, serta pelaku UMKM yang cukup kooperatif di berbagai acara yg dilakukan oleh tim dari universitas. Sedangkan hal penghambat dalam pelaksanaan program ini yaitu kesiapan mitra

dalam mencoba teknologi digital. Dokumentasi tim pengabdian dan peserta terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Foto Bersama dengan Para Peserta

D. PENUTUP

Simpulan

Dalam menjawab permasalahan mitra terkait pengelolaan usaha yang kurang profesional, metode pemasaran yang masih konvensional serta pengelolaan keuangan yang kurang tertata dengan baik, para peserta kegiatan diberikan pendampingan dalam konteks manajemen keuangan usaha yang baik, tata cara pembukuan keuangan usaha, tata kelola usaha dan pemasaran, serta digitalisasi keuangan dan pemasaran digital. Dengan metode ceramah, tutorial, diskusi dan pendampingan langsung, para peserta kegiatan mendapatkan pemahaman dan kemampuan tentang pengelolaan keuangan, pengelolaan usaha dan digitalisasi keuangan dan pemasaran. Selain itu, transfer kemampuan penggunaan teknologi digitalisasi keuangan usaha dan pemasaran digital tersampaikan dengan baik sehingga mitra dapat menggunakan aplikasi keuangan digital untuk mengelola keuangan usahanya dengan baik serta mampu melakukan pemasaran digital untuk produk usahanya. Beberapa faktor yang mendukung kelancaran kegiatan ini yaitu aktifnya partisipasi mitra dalam kegiatan dan kemauan dalam menerima hal baru dalam dunia usaha.

Saran

Dengan terlaksananya kegiatan ini, sebaiknya peserta kegiatan dapat dengan konsisten melakukan aktivitas digitalisasi keuangan dan pemasaran digital pada usahanya masing-masing. Selain itu, pemantapan dalam penggunaan teknologi digital masih diperlukan agar para peserta lebih fasih dalam menggunakan teknologi

digital. Semoga kemitraan dapat berlanjut di tahun berikutnya, agar tim pengabdian dapat menganalisis dan memberikan solusi dari berbagai permasalahan yang belum terselesaikan.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada LPPM-PMP UNTIDAR atas support yang diberikan untuk keterlaksanaan kegiatan ini, juga kepada para mitra yaitu Bapak Zuniyanto selaku koordinator UMKM Desa Ngargogondo, Bapak Umar Syahid selaku Kepala Desa Ngargogondo dan pelaku UMKM di Desa Ngargogondo.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A. L., Lestari, B. A. H., & Jumaidi, L. T. (2021). Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan untuk Konsumen. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1(4), 1–12. <https://doi.org/10.29303/risma.v1i4.103>
- Kemenkeu. (2022). *Kelola Keuangan, Agar Bisnis Kian Optimal*. Pusat Investasi Pemerintah. <https://pip.kemenkeu.go.id/id/data-publikasi/berita-terbaru/132-kelola-keuangan,-agar-bisnis-kian-optimal.html>
- Patmawati, Rahmawati, M., & Maryati, S. (2021). Pengelolaan Keuangan bagi Para Pelaku Usaha Home Industry Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 5(1), 13–21. <https://doi.org/10.36982/jam.v5i1.1503>
- Rahmah, Z. Z., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., & Rahmah, M. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Desa Kintelan (Studi Kasus UMKM di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *Jurnal BUDIMAS*, 4(1), 1–12.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Setiawan, A., Setiaji, P., & Handayani, P. K.

Pendampingan UMKM dalam Program Digitalisasi Keuangan Usaha di Desa Ngargogondo

Dinar Melani Hutajulu, Ivo Novitaningtyas, Fitrah Sari Islami

- (2022). Peningkatan Pemasaran UMKM Pisau Desa Hadipolo Kudus di Masa Pandemi Melalui Media Web dan Youtube. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 13(2), 328–332.
- Setiawati, A., & Safitri, A. R. (2021). Strategi Pemasaran UMKM Era Pasar Digital Melalui Pelatihan Kewirausahaan di Kota Tangerang. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JIPkM)*, 1(2), 71–79.
- Sulistiyowati, E., & Lestari, N. S. (2016). Faktor-Faktor Penentuan Keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Yogyakarta. *Jurnal MAKSIPRENEUR*, 6(1), 24–36.
- Widianti, H., Alfian, M., & Utami, E. U. S. (2021). Manajemen Pemasaran Modern Bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kelurahan Slerok Kota Tegal. *Jurnal Abdimas PHB*, 4(2), 277–280.