

DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpd>

Received: 21 Januari 2026, Revised: 21 Juli 2026, Publish: 21 Juli 2026

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

STRATEGI PENGEMBANGAN LIVE STREAMING PADA TOKO AR-RAHMAAN DI TANAH ABANG DENGAN ANALISIS SWOT

Author¹, Author², Author³, etc. (full name, not abbreviated, without a title, size 12)

¹Institutions, Regions, Countries, email. (size 11)

²Institutions, Regions, Countries, email.

³Institutions, Regions, Countries, email.

Corresponding Author: email¹

Abstract: Abstracts are written in one paragraph using standard Indonesian with enhanced spelling. Maximum 200 words, using Times New Roman font size 12, space 1, Italic. Contains a brief description of the overall results of the study including background issues, objectives, methods, results and conclusions. Avoid writing bibliography citations, as well as abbreviations in the abstract. The abstract contains the **title** of the article, research **object**, **objectives**, **methods** and **results**. Abstracts written in Bahasa and English (time new roman, size 12, space 1)

Keyword: Consists of 3-5 keywords, keyword 1, keyword 2, etc.

Abstrak: Abstrak ditulis dalam satu paragraf menggunakan Bahasa Indonesia baku dengan ejaan yang disempurnakan. Maksimum 200 kata, menggunakan huruf Times New Roman ukuran 12, spasi 1. Berisi tentang gambaran singkat dari keseluruhan hasil penelitian meliputi latar belakang masalah, tujuan, metode, hasil dan kesimpulan. Hindari penulisan kutipan pustaka, serta singkatan di dalam abstrak. Abstrak berisi **judul** artikel, **objek** riset, **tujuan**, **metode** dan **hasil**. Abstrak ditulis dalam Bahasa dan English.

Kata Kunci: Terdiri dari 3–5 kata kunci, kata kunci 1, kata kunci 2, dst.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola pemasaran bisnis, termasuk pada industri fashion muslim. Berbagai aktivitas pemasaran yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini mulai beralih ke pemasaran berbasis digital melalui media sosial dan marketplace. Perubahan tersebut disebabkan karena meningkatnya penggunaan internet serta perubahan perilaku konsumen yang saat ini lebih banyak

melakukan pencarian informasi dan transaksi secara online. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan adanya perkembangan teknologi yang terjadi agar tetap dapat bersaing di era digital seperti sekarang ini.

Salah satu strategi pemasaran digital yang berkembang pesat saat ini adalah penggunaan fitur live streaming pada berbagai platform digital, salah satunya pada platform TikTok. Live streaming menjadi salah satu strategi pemasaran digital yang paling banyak dimanfaatkan para pelaku usaha dalam memperkenalkan dan memasarkan produk, membangun interaksi dengan pelanggan secara langsung, memberikan informasi detail mengenai produk yang ditawarkan, serta memperluas jangkauan pasar. Melalui interaksi secara real time ini pelaku usaha dapat menjawab pertanyaan konsumen terkait produk yang ingin dibelinya, menunjukkan kualitas produk secara jelas, serta membangun hubungan yang lebih dekat dan interaktif lagi dengan pelanggan sebagai upaya dalam mendukung kegiatan pemasaran secara digital.

Pada industri fashion muslim, pemanfaatan live streaming semakin luas seiring dengan meningkatnya tren belanja online serta tingginya minat masyarakat terhadap produk fashion muslim. Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa live streaming memiliki pengaruh terhadap peningkatan interaksi antara konsumen dengan penjual, mampu memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan minat beli dan keputusan pembelian produk fashion secara digital. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha yang mulai menggunakan dan memanfaatkan fitur live streaming sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan mereka dan daya saing bisnis.

Kawasan Tanah Abang merupakan salah satu pusat perdagangan fashion terbesar di Indonesia yang memiliki potensi besar dalam penggunaan live streaming sebagai strategi pemasaran digital. Namun, nyatanya tidak semua toko fashion muslim mampu memanfaatkan live streaming secara optimal. Masih ada beberapa kendala yang menghambat pemanfaatan live streaming tersebut, seperti kurangnya konsistensi dalam pelaksanaan live streaming, kualitas konten yang kurang menarik, keterampilan komunikasi host yang kurang maksimal, dan adanya keterbatasan sumber daya manusia serta teknologi yang dimiliki oleh pelaku usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa adanya kesenjangan antara perkembangan live streaming sebagai strategi pemasaran digital dengan efektivitas penggunaannya pada toko fashion muslim di Tanah Abang.

Dalam menghadapi kondisi tersebut, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk memanfaatkan fitur live streaming, tetapi juga perlu memahami berbagai faktor apa saja yang

mempengaruhi keberhasilan dalam penerapannya. Faktor-faktor tersebut meliputi kekuatan dan kelemahan yang berasal dari kondisi internal usaha, serta peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Identifikasi terhadap faktor-faktor tersebut penting dilakukan sebagai dasar dalam menyusun strategi pengembangan live streaming yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan Toko Ar-Rahmaan di Tanah Abang.

Persaingan bisnis fashion muslim yang semakin hari semakin ketat juga menjadi tantangan bagi para pelaku usaha untuk mampu menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif juga inovatif. Banyak kompetitor yang telah menggunakan strategi live streaming dengan konsep yang lebih menarik perhatian konsumen sehingga menuntut pelaku usaha untuk mampu mengembangkan strategi yang tepat agar dapat mempertahankan pelanggan mereka dan meningkatkan daya saing bisnis. Oleh karena itu, diperlukan suatu analisis yang dapat membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi apa saja faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi penggunaan live streaming pada toko Ar Rahmaan.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis strategi pengembangan live streaming adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan melalui aspek Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Dalam konteks ini, faktor kekuatan dalam penggunaan live streaming dapat berupa kualitas produk, kemampuan host live yang mampu berinteraksi dengan pelanggan secara baik, dan luasnya jangkauan pasar melalui platform digital. Faktor kelemahannya dapat berupa sumber daya manusia yang kurang memadai, kualitas teknologi yang belum optimal, serta kurangnya konsistensi dalam pelaksanaan live streaming. Sementara itu, peluang dari penggunaan live streaming muncul karena adanya peningkatan dalam penggunaan media sosial, adanya tren belanja online, dan tingginya minat masyarakat terhadap fashion muslim, sedangkan ancaman dapat berasal dari tingginya persaingan bisnis dan perubahan tren pasar.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Toko Ar-Rahmaan telah mulai menggunakan dan memanfaatkan fitur live streaming sebagai media pemasaran. Namun, penerapannya masih belum sepenuhnya maksimal karna toko Ar-Rahmaan masih menghadapi beberapa kendala, seperti adanya ketidakkonsistenan jadwal live streaming, pengalaman host yang masih sangat sedikit yang dimana hal ini disebabkan karena toko Ar-Rahmaan baru menggunakan fitur live streaming selama 4 bulan. Selain itu, kualitas koneksi internet yang tidak stabil terkadang dapat menjadi kendala pada saat live streaming berlangsung. Kondisi

tersebut menunjukkan bahwa diperlukan strategi pengembangan yang tepat agar pemanfaatan live streaming dapat berjalan lebih optimal.

Penelitian terdahulu umumnya lebih banyak yang membahas bagaimana pengaruh live streaming terhadap keputusan pembelian dan peningkatan penjualan pada bisnis online secara umum. Selain itu, penelitian mengenai pemasaran digital lebih banyak yang berfokus pada strategi digital marketing secara luas tanpa menganalisis strategi pengembangan live streaming secara mendalam menggunakan pendekatan SWOT. Dengan demikian, masih terdapat research gap mengenai bagaimana strategi pengembangan live streaming dianalisis melalui faktor internal dan eksternal pada toko fashion muslim, khususnya di kawasan Tanah Abang.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini penting dilakukan karena untuk menganalisis strategi pengembangan live streaming pada toko Ar Rahmaan di Tanah Abang melalui pendekatan analisis SWOT. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats dalam penggunaan live streaming sebagai strategi pemasaran digital, serta menghasilkan rekomendasi strategi pengembangan yang tepat guna meningkatkan efektivitas pemasaran, daya saing bisnis, dan penjualan toko Arrahmaan di era digital.

Riset Gap

Penelitian terkait pemanfaatan live streaming sebagai strategi pemasaran telah banyak dilakukan. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada bagaimana pengaruh live streaming terhadap perilaku konsumen, seperti keputusan pembelian, minat beli, kepercayaan pelanggan, kualitas produk, serta loyalitas pelanggan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Selain itu, beberapa penelitian juga mengkaji strategi komunikasi bisnis pedagang Tanah Abang dalam menghadapi perkembangan live streaming serta dampak kehadiran platform digital terhadap daya saing pedagang pasar tradisional.

Meskipun demikian, berdasarkan hasil telaah dari penelitian terdahulu, ternyata masih terdapat beberapa kesenjangan penelitian. Yaitu, sebagian besar penelitian terdahulu mengidentifikasi faktor-faktor penentu yang mempengaruhi perilaku konsumen, sehingga belum banyak yang mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan live streaming sebagai strategi pemasaran. Kedua, penelitian yang menggunakan pendekatan analisis SWOT dalam merumuskan strategi pengembangan live

streaming pada usaha fashion muslim masih sangat terbatas. Ketiga, penelitian yang secara khusus mengkaji kondisi Toko Ar-Rahmaan di Tanah Abang sebagai objek penelitian juga belum ditemukan, padahal setiap pelaku usaha memiliki karakteristik, sumber daya, serta tantangan yang berbeda dalam menerapkan live streaming sebagai media pemasaran

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis SWOT guna mengidentifikasi faktor Kekuatan (S), Kelemahan (W), Peluang (O), dan Ancaman (T) dalam penerapan live streaming pada Toko Ar-Rahmaan di Tanah Abang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan strategi pengembangan live streaming yang sesuai dengan kondisi nyata toko sehingga dapat meningkatkan efektivitas pemasaran digital dan daya saing usaha.

Problem Statement

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha fashion muslim untuk memanfaatkan fitur live streaming sebagai strategi pemasaran digital yang lebih interaktif dan mampu menjangkau konsumen secara luas. Penggunaan fitur live streaming pada platform digital memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperkenalkan produk secara lebih informatif, serta memperluas jangkauan pasar dalam menghadapi perkembangan perdagangan digital yang semakin ketat. Namun, nyatanya tidak semua toko fashion muslim di Tanah Abang dapat memanfaatkan fitur live streaming secara optimal karena masih menghadapi berbagai kendala internal, seperti konten yang kurang menarik, keterampilan host yang masih perlu ditingkatkan, serta keterbatasan sumber daya manusia. Salah satu toko fashion muslim yang menghadapi kondisi tersebut adalah Toko Ar-Rahmaan.

Belum optimalnya pengembangan live streaming di Toko Ar-Rahmaan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang belum teridentifikasi secara sistematis. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, masih terdapat beberapa kendala pada penerapan live streaming, seperti jadwal live streaming yang belum konsisten, pengalaman host yang masih terbatas, serta kualitas koneksi internet yang terkadang tidak stabil sehingga mengganggu kelancaran siaran langsung. Di sisi lain, meningkatnya persaingan bisnis fashion muslim dan perkembangan tren belanja digital menuntut Toko Ar-Rahmaan untuk memiliki strategi live streaming yang lebih efektif. Oleh karena itu, diperlukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan live

streaming yang sesuai dengan kondisi nyata toko guna meningkatkan efektivitas pemasaran dan daya saing bisnis.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dalam penggunaan live streaming pada toko Ar Rahmaan di Tanah Abang. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan live streaming yang efektif dalam meningkatkan pemasaran digital, serta memberikan rekomendasi strategi pengembangan live streaming guna meningkatkan daya saing dan penjualan toko Ar Rahmaan di Tanah Abang.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut

Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pemasaran digital, khususnya dalam penggunaan live streaming sebagai strategi pemasaran pada bisnis fashion muslim. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik dalam kajian strategi pengembangan live streaming menggunakan pendekatan analisis SWOT secara kualitatif, sehingga dapat memperkaya literatur mengenai transformasi digital dan strategi pemasaran pada toko Arrahmaan di Tanah Abang.

Manfaat Praktis

Bagi pelaku usaha fashion muslim di Tanah Abang, penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan dalam mengembangkan strategi live streaming yang lebih efektif untuk meningkatkan pemasaran digital, daya saing bisnis, dan penjualan produk. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi pelaku UMKM fashion lainnya, pengelola pasar, serta pihak terkait dalam memahami faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam penggunaan live streaming sehingga dapat mendukung pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih optimal di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis swot. Analisis SWOT merupakan alat formulasi strategi yang menganalisis dan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths), peluang (opportunity), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats), (Rangkuti, 2005). Metode Kualitatif adalah sebuah penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam kontak sosial secara alami dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang ingin dibahas. Untuk memenuhi semua tantangan tersebut, perusahaan membutuhkan analisis perencanaan strategis, tujuannya adalah untuk memperoleh keunggulan bersaing dan Menyusun suatu strategi pemasaran yang baik dan tepat, (Wicaksono, 2018). Tujuan penelitian dilakukan untuk menganalisis SWOT dari penggunaan live streaming oleh pedagang fashion muslim di Tanah Abang sebagai strategi untuk meningkatkan penjualannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT. Dimana data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara. Narasumber yang dipilih adalah yang relevan dengan kriteria yang dibutuhkan yaitu toko fashion muslim di Tanah Abang yang memiliki reputasi baik dalam penjualannya dan memiliki rating yang tinggi di google dengan review yang memuaskan serta sudah menggunakan live streaming sebagai strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualannya. Oleh karena itu, wawancara dilakukan secara offline dengan mendatangi toko Ar-Rahmaan bersama Bapak Revo Noviantoro sebagai narasumber pada penelitian ini. Proses pengumpulan ini berlangsung selama 2 minggu.

Pemilihan narasumber ini didasarkan pada posisinya di Toko tersebut yang merupakan seorang karyawan terpercaya yang memahami kondisi toko, baik toko offline maupun online. Tak hanya itu, beliau juga yang mengelola segala aktivitas promosi di toko online termasuk live streaming pada platform Tiktok, sehingga informasi yang diberikan relevan dan mendalam untuk mendukung penelitian ini Observasi dilakukan dengan mengamati dan mempelajari data penjualan Tiktok Live Streaming yang telah diberikan oleh narasumber tersebut menjadikan sumber dapat dipercaya dan akurat untuk dianalisis menjawab pertanyaan penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai strategi pengembangan live streaming pada Toko Ar-Rahmaan di Tanah Abang menggunakan pendekatan analisis SWOT, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor Internal (Strengths dan Weaknesses):
 - Kekuatan (Strengths): Toko Ar-Rahmaan memiliki beberapa kekuatan internal, antara lain memiliki toko offline dan online yang saling mendukung, memperoleh rating toko yang tinggi dari pelanggan, memiliki tim yang telah memahami penggunaan live streaming sebagai media pemasaran, menerapkan strategi promosi yang menarik seperti bundling, gratis ongkir, dan bonus pembelian, serta memiliki tiga cabang yang mendukung operasional dan pemasaran. Kekuatan tersebut menjadi modal dalam mengembangkan strategi live streaming untuk meningkatkan daya saing toko.
 - Kelemahan (Weaknesses): Toko Ar-Rahmaan masih memiliki beberapa kelemahan, yaitu pengalaman penggunaan live streaming yang masih relatif baru, jadwal live streaming yang belum konsisten, serta pergantian host yang masih cukup sering sehingga memengaruhi konsistensi pelaksanaan live streaming..
2. Faktor Eksternal (Opportunities dan Threats):
 - Peluang (Opportunities): Pengembangan live streaming didukung oleh tren positif berupa meningkatnya penggunaan media sosial, pergeseran perilaku konsumen ke belanja online (online shopping), dan tingginya minat masyarakat terhadap produk fashion muslim. Kondisi ini membuka peluang besar bagi Toko Ar-Rahmaan untuk memperluas pangsa pasar.
 - Ancaman (Threats): Toko menghadapi tantangan eksternal berupa persaingan bisnis yang semakin ketat antar pelaku usaha fashion muslim di Tanah Abang maupun secara digital, persaingan toko, komentar dan ulasan negatif, serta perubahan tren pasar yang cepat. Kompetitor yang telah menerapkan konsep live streaming lebih inovatif menjadi ancaman bagi keberlangsungan bisnis jika tidak diimbangi dengan strategi yang adaptif.
3. Strategi Pengembangan Live Streaming:

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, strategi utama yang direkomendasikan adalah strategi SO (Strength–Opportunity), yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan internal untuk menangkap peluang yang tersedia. Strategi ini didukung oleh strategi ST sebagai upaya memanfaatkan kekuatan internal dalam menghadapi ancaman eksternal sehingga Toko

Ar-Rahmaan mampu meningkatkan efektivitas pemasaran melalui live streaming serta mempertahankan daya. Rekomendasi strategis meliputi:

- Meningkatkan konsistensi jadwal dan kualitas konten live streaming agar lebih menarik dan informatif.
- Melakukan peningkatan kapasitas SDM, khususnya pelatihan keterampilan komunikasi dan teknis bagi host live streaming.
- Mengoptimalkan penggunaan fitur interaktif platform digital untuk memperkuat engagement dengan konsumen.
- Melakukan inovasi strategi pemasaran yang diferensiatif untuk menghadapi persaingan ketat di kawasan Tanah Abang.

Menerapkan strategi tersebut, diharapkan Toko Ar-Rahmaan dapat meningkatkan efektivitas pemasaran digital, memperkuat daya saing bisnis, dan ultimately meningkatkan volume penjualan di era digital.

REFERENSI

Referensi adalah daftar informasi yang dikutip dalam teks yang diidentifikasi dan diambil oleh penulis yang bersumber dari buku dan artikel dari ilmiah. Informasi yang dikutip berasal dari sumber yang akurat dan asli. Konsistensi dalam referensi memungkinkan pembaca untuk fokus pada konten asli artikel.

Referensi harus disajikan secara lengkap dan sesuai dengan informasi yang dikutip dalam isi artikel. Daftar referensi harus disusun menurut abjad (A s/d Z) dan ditulis paling akhir, dengan konsep American Psychological Association (APA) atau dengan menggunakan aplikasi *Mendeley*.

&&&

KETERANGAN TABEL DAN GAMBAR

Tabel

Keterangan tabel diletakkan pada bagian atas tabel. Keterangan ditulis di tengah dengan jarak 1 spasi dari tabel. Seperti keterangan gambar, pada keterangan tabel juga diberi nomer urut. Penulisan sumber tabel diletakkan di bawah tabel dan sejajar margin kiri tabel dengan huruf Times New Roman ukuran 10. Tulisan di dalam tabel diketik dengan spasi 1. Garis-garis tabel diutamakan garis horizontal saja sedangkan garis vertikal dihilangkan.

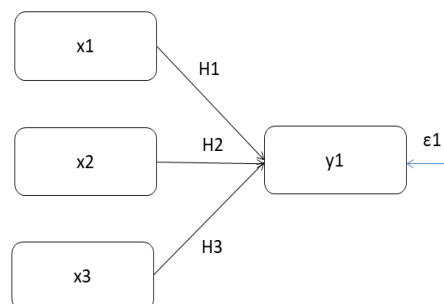
Tabel 1. Teacher-student ratios in three provinces (Yogyakarta, Jakarta and Papua) based on the level of education in 2015

Prov	SD	SMP	SMA	SMK
Yogyakarta	1:13	1:12	1:10	1:10
Jakarta	1:19	1:16	1:13	1:13
Papua	1:29	1:15	1:12	1:09

Sumber: data Riset

Gambar

Gambar diletakkan di tengah (*center*) dan dirujuk di dalam teks (*in line with text*). Keterangan gambar dituliskan bawah gambar dengan diberi nomor. Keterangan gambar diawali dengan huruf besar. Jika keterangan gambar lebih dari 1 baris, maka ditulis dengan spasi 1. Apabila gambar merupakan suatu rujukan, maka dituliskan pula sumber rujukannya. Sumber rujukan gambar diketik dengan huruf Times New Roman ukuran 10.



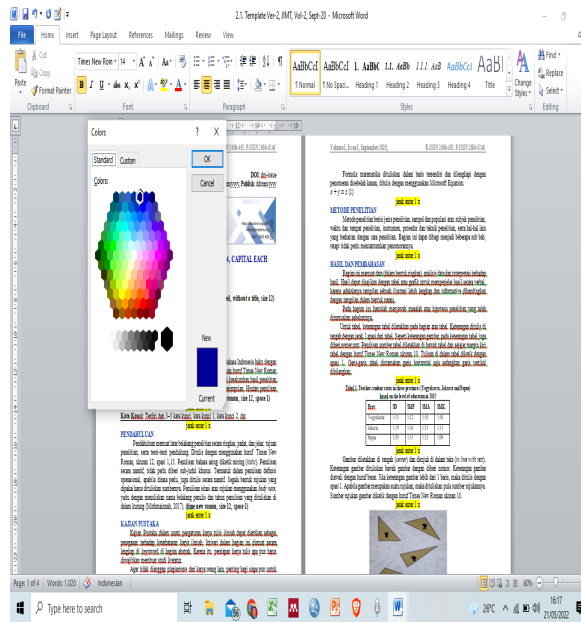
Sumber: Hasil Riset (*size 10, center*)

Gambar 1. Rerangka Konseptual (*size 10, bold, center*)

&&&

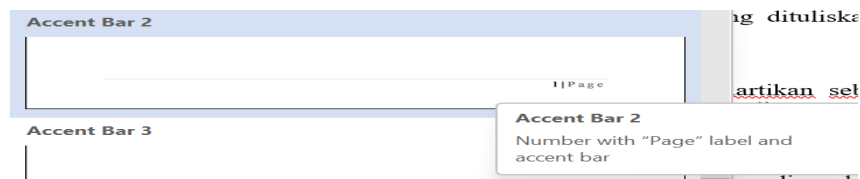
WARNA BIRU BAGIAN ATAU SUB MANUSCRIPT

Warna biru bagian atau sub bab manuscript artikel) seperti teretra pada gambar di bawah ini



FOOTER ATAU PENOMORAN HALAMAN MANUSCRIPT

Footer dan penomoran halaman manuskrip (artikel) menggunakan: **Accent Bar 2**. Tutorialnya adalah (Inset ☐ Page Number ☐ Bottom Page ☐ Accent Bar 2).



CATATAN

1. Ukuran kertas A4

2. Margin standard (top-bottom-right-left= 2.54)
3. Warna hurup atau teks hitam
4. Warna hurup atau teks bagian atau sub bab adalah warna biru seperti contoh pada template ini dan terlampir.
5. 1 Spasi,
6. Tipe hurup time new romance,
7. Ukuran hurup manuscript 12
8. Ukuran hurup judul tabel dan gambar 10
9. Ukuran hurup isi tabel dan gambar 10
10. Ukuran hurup header dan footer 10
11. Jarak antara paragraph (spacing before dan after) = 0
12. Jarak antara sub bab atau bagian 1 x enter
13. Jumlah halaman 7 - 15 halaman.
 - a. **Abstrak dan Pendahuluan** (maximum 25%),
 - b. **Metode** (maximum 10%),
 - c. **Hasil dan Pembahasan** (minimum 40%),
 - d. **Kesimpulan dan Referensi** (maximum 25%)
14. Tidak menggunakan penomoran, selain dari nomor 1,2,3 dan seterusnya selain rumusan masalah, pembahasan dan kesimpulan. Contoh: 1. aaaaa; 2. bbbbb; 3. ccccc; dan seterusnya.
15. Kalau menggunakan penomoran selain dari rumusan, pembahasan dan kesimpulan, maka harus menggunakan penomoran yang berbeda dari rumusan, pembahasan dan kesimpulan. Contoh: a). ppppp; b). qqqqq; c). rrrrr; dan seterusnya.
16. Referensi menggunakan konsep atau style [*American Psychological Association \(APA\)*](#).
17. Tipe hurup Header dan Footer *time new romance*, ukuran hurup 11
18. Keterangan berwarna kuning dan catatan ini di buang pada manuscript (artikel)
19. Manuscript yang tidak sesuai format dan template akan di reject

&&&