



Pelatihan Pemanfaatan Sistem Informasi Promosi UMKM Kabupaten Batang Hari Berbasis Website

Mutmainnah^{1*}, Sugeng Wibowo², Arif Setiadi³, Tri Rizqi Ariantoro⁴, Abe Wisnu Syaputra⁵,
Cecilia⁶, Fitra Kebesa Miten⁷

^{1,3,4,5}Rekayasa Perangkat Lunak, Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya, Indonesia

²Sistem Informasi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

⁶Ilmu Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya, Indonesia

⁷Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya, Indonesia

*Correspondence Email : mutmainnahajmi@gmail.com

Abstract

ARTICLE INFO

Article History:

Received : November 18, 2025

Reviewed : December 2, 2025

Revised : December 3, 2025

Accepted : December 21, 2025

Available online : January 3, 2026

Keywords:

Product; Promotion;

Information System; MSME;

Website

The training on the use of website-based MSME promotion information systems in Batang Hari Regency aims to improve the capabilities of MSMEs due to low digital literacy, which hinders competitiveness. This activity uses a needs-based approach, which was validated through in-depth observation at DISDAGKOP UKM, confirming the lack of understanding of information technology. The method applied is the Socio-Technical Approach with a focus on technical assistance in creating accounts, managing profiles, developing techniques for creating attractive product descriptions, and uploading product photos. The results show a significant quantitative improvement in skills, with 93% of participants (23 out of 25 MSME actors) successfully uploading and optimizing product descriptions independently. This initiative is crucial in creating an inclusive digital economy, ensuring that Batang Hari MSMEs are able to compete in a wider market.

Abstrak

Info Artikel

Proses Artikel:

Submit : 18 Nopember 2025

Review : 2 Desember 2025

Revisi : 3 Desember 2025

Diterima : 21 Desember 2025

Terbit Online : 3 Januari 2026

Kata Kunci :

Produk; Promosi; Sistem

Informasi; UMKM;

Website

Pelatihan Pemanfaatan Sistem Informasi Promosi UMKM Berbasis Website di Kabupaten Batang Hari bertujuan meningkatkan kapabilitas UMKM karena rendahnya literasi digital yang menghambat daya saing. Kegiatan ini menggunakan pendekatan berbasis kebutuhan, yang divalidasi melalui observasi mendalam di DISDAGKOP UKM, mengonfirmasi minimnya pemahaman teknologi informasi. Metode yang diterapkan adalah Pendekatan Socio-Teknikal dengan fokus pada pendampingan teknis dalam pembuatan akun, pengelolaan profil, pengembangan teknik pembuatan deskripsi produk yang menarik, dan unggah foto produk. Hasilnya menunjukkan peningkatan keterampilan signifikan secara kuantitatif, 93% peserta (23 dari 25 Pelaku UMKM) berhasil mengunggah dan mengoptimalkan deskripsi produk secara mandiri. Inisiatif ini krusial dalam menciptakan ekonomi digital yang inklusif, memastikan UMKM Batang Hari mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

1. PENDAHULUAN

Pemanfaatan teknologi digital telah menjadi imperatif dalam mendorong pertumbuhan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang mendominasi pergerakan ekonomi di seluruh negeri dan daerah. (Indrawan et al., 2025). Kontribusi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital dalam perekonomian nasional. Kontribusi mereka terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61,07%, sekaligus menjadi penyerap tenaga kerja utama dengan melibatkan hingga 97% dari total pekerja di Indonesia (Indrawan et al., 2025). Selain peran domestik ini, UMKM juga memiliki kapabilitas untuk mempromosikan produk asli Indonesia ke kancah pasar global.

Di era transformasi digital, kemampuan UMKM untuk hadir dan berpromosi secara daring melalui *platform* digital seperti *website* resmi, sangat menentukan jangkauan pasar dan tingkat daya saing produk (Jaya et al., 2025). Tantangan besar Pelaku UMKM Kabupaten Batang Hari ialah rendahnya penguasaan teknologi informasi atau literasi digital.

Kabupaten Batang Hari telah menunjukkan tren pertumbuhan UMKM yang kuat. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah pelaku usaha yang signifikan dari 12.306 di tahun 2021 menjadi 13.847 di tahun 2023, bahkan mencapai 18.745 UMKM pada tahun 2025 (Mutmainnah, Wibowo, et al., 2025). Lonjakan ini sebagian besar didorong oleh program pemerintah daerah untuk memajukan pusat-pusat kerajinan oleh-oleh Kabupaten Batang Hari.

Meskipun demikian, UMKM di Batang Hari tetap menghadapi kendala serius. Terutama terkait dengan strategi promosi dan manajemen data pelaku UMKM (Shinta Nilam Sari Muslim et al., 2024). Sasaran utama kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku UMKM yang secara kualitatif memiliki profil yang beragam, mayoritas masih mengandalkan pemasaran konvensional atau *word-of-mouth* seperti ikut pameran yang diadakan oleh pemerintah Kabupaten Batang Hari dan menitipkan produk UMKM di toko-toko serta mini market terdekat (Jenderal et al., 2021).

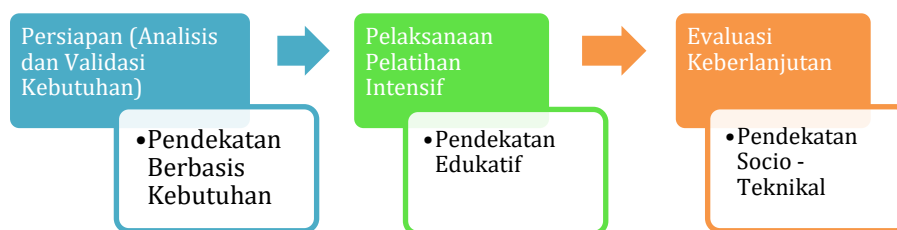
Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki keterbatasan waktu dan sumber daya untuk secara mandiri mempelajari dan mengadopsi teknologi informasi yang kompleks. Pelaku UMKM memiliki produk unggulan yang berpotensi menembus pasar yang lebih luas akan tetapi terhambat oleh minimnya pemahaman teknis dalam mengelola Sistem Informasi Promosi UMKM Berbasis *Website* yang telah disediakan oleh pemerintah daerah (DISDAGKOP UKM).

Keterbatasan ini, yang dikonfirmasi melalui observasi dan wawancara mencakup ketidakmampuan pelaku UMKM dalam membuat akun secara mandiri, mengoptimalkan profil usaha dan menyajikan produk dengan deskripsi dan foto yang menarik secara digital.

Sistem informasi ini berperan penting dalam memfasilitasi promosi produk UMKM, keberhasilannya sangat tergantung pada kesiapan pengguna. Oleh karena itu, kegiatan ini berupaya menjembatani kesenjangan antara ketersediaan teknologi (potensi fisik/infrastruktur) dan kemampuan adopsi (potensi sosial/manusia).

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang diimplementasikan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), "Pelatihan Pemanfaatan Sistem Informasi Promosi UMKM Kabupaten Batang Hari Berbasis Website," dirancang secara terstruktur dan komprehensif. Pemilihan metode ini didasarkan pada integrasi tiga pendekatan utama yang saling melengkapi dan secara akademik dinilai paling efektif untuk mengatasi tantangan transformasi digital UMKM yaitu, Berbasis Kebutuhan, Edukatif/Pelatihan, dan *Socio-Teknikal* yang dilaksanakan melalui tiga tahapan utama diantaranya Persiapan, Pelaksanaan, dan Evaluasi (Rizaldi & Walhidayah, 2025).



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pelatihan Pemanfaatan Sistem Informasi Promosi UMKM Kabupaten Batang Hari Berbasis Website

Berikut tahapan kegiatan pelatihan pemanfaatan sistem informasi promosi umkm Kabupaten Batang Hari berbasis *website* dengan mengintegrasikan tiga pendekatan, diantaranya:

Analisis dan Validasi Kebutuhan (Pendekatan Berbasis Kebutuhan)

Metode diawali dengan identifikasi masalah untuk memastikan relevansi sistem informasi promosi UMKM (Mutmainnah, Sri, et al., 2025).

a. Observasi (*Observation*)

Observasi langsung di DISDAGKOP UKM Kabupaten Batang Hari dan beberapa tempat pelaku UMKM guna melihat secara langsung proses promosi produk UMKM yang sedang berjalan.



(a)



(b)

Gambar 2. (a) Observasi di DISDAGKOP UKM Kabupaten Batang Hari. (b) Observasi Tempat Promosi Produk UMKM (Owner Pisang Sale Arzaquna).

b. Wawancara (*Interview*)

Melakukan wawancara terstruktur dengan Bidang UKM DISDAGKOP UKM dan perwakilan pelaku UMKM untuk memvalidasi tingkat literasi digital, kendala pemasaran, dan tingkat adopsi sistem informasi promosi produk UMKM berbasis *website*.



(a)



(b)

Gambar 3. (a) Wawancara dengan Kabid UKM DISDAGKOP UKM Kabupaten Batang Hari (b) Wawancara dengan Perwakilan UMKM (Owner Jamur Endang Chrispy)

Pelaksanaan Pelatihan Intensif (Pendekatan Edukatif/Pelatihan)

Tahap ini merupakan inti dari transfer ilmu dan keterampilan (Yuslaini et al., 2024). Menggunakan model pelatihan partisipatif yang menekankan teori 20% dan praktik 80% (Mutmainnah, Ariantoro, et al., 2025). Setiap sesi diikuti dengan praktik langsung di komputer/perangkat *mobile* peserta. Mendampingi setiap peserta secara individual (satu per satu) untuk memastikan setiap UMKM berhasil mengunggah minimal satu produk secara mandiri di *website* promosi UMKM Kabupaten Batang Hari (Bachtiar et al., 2025).



Gambar 4. Memberikan materi pemanfaatan sistem informasi promosi UMKM



Gambar 5. Praktik membuat akun, deskripsi produk dan unggah produk UMKM di sistem informasi promosi UMKM

Evaluasi dan Keberlanjutan (Pendekatan Socio-Teknikal)

Fokus pada pengukuran hasil dan keberlanjutan adopsi teknologi (Indra et al., 2025).

- Mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan teknis peserta dengan memberikan post-test diakhir sesi pelatihan.
- Monitoring aktivitas akun peserta pada *website* promosi UMKM Kabupaten Batang Hari selama periode tertentu setelah pelatihan untuk memastikan penggunaan sistem secara berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pelatihan Pemanfaatan Sistem Informasi Promosi UMKM Kabupaten Batang Hari Berbasis *Website* telah dilaksanakan sebagai upaya nyata untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan dan teknologi digital kepada pelaku UMKM. Kegiatan ini dirancang secara sistematis dengan mengintegrasikan Pendekatan Berbasis Kebutuhan, Edukatif/Pelatihan, dan *Socio-Teknikal*.

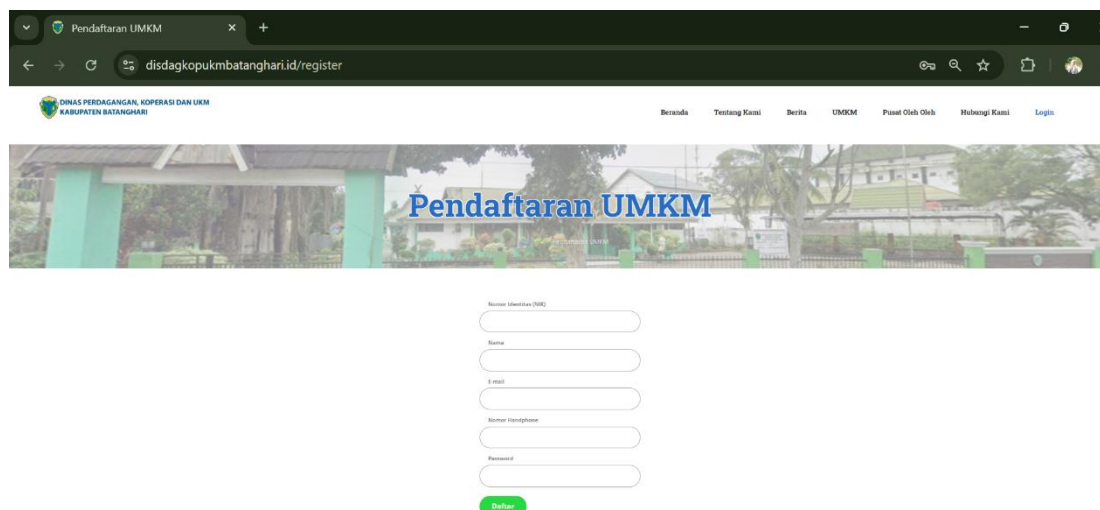
Analisis dan Validasi Kebutuhan (Pendekatan Berbasis Kebutuhan)

Tahap awal melibatkan observasi dan wawancara dengan DISDAGKOP UKM dan pelaksanaan Pre-Test kepada 25 peserta terpilih. Hasil Pre-Test mengkonfirmasi bahwa rata-rata skor pengetahuan dasar peserta mengenai pengelolaan *website* promosi berada di angka 45%. Data ini memperkuat kebutuhan akan pelatihan dan menjadi *baseline* keberhasilan.

Pelaksanaan Pelatihan Intensif (Pendekatan Edukatif)

Pelaksanaan ini dilakukan melalui pelatihan yang sangat praktis. Peserta menerima pendampingan langkah demi langkah mengenai:

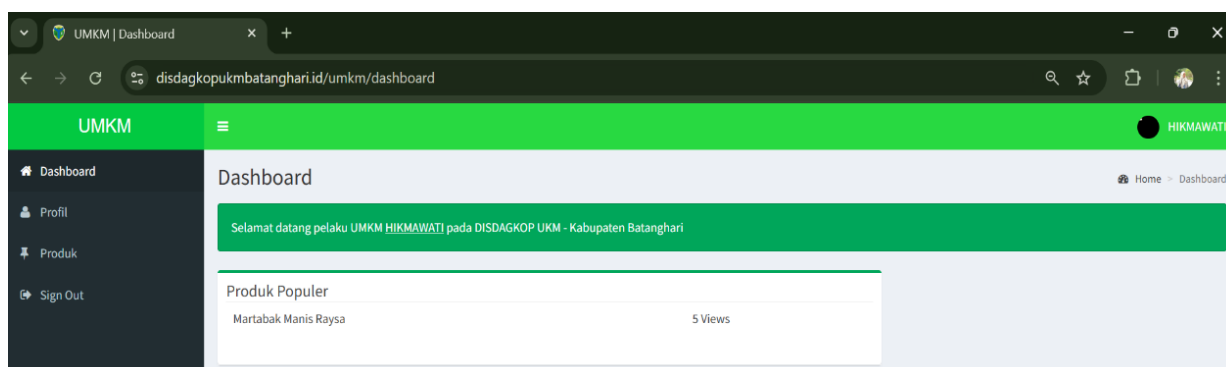
- a. Pembuatan dan Verifikasi Akun: Memastikan setiap UMKM memiliki akses yang sah ke sistem promosi.



Gambar 6. Pembuatan dan Verifikasi Akun

Proses registrasi akun pada sistem informasi promosi UMKM mensyaratkan pelaku usaha untuk menginputkan data pribadi secara lengkap dan akurat. Data yang wajib diisi meliputi Nomor Induk Kependudukan (NIK), Nama lengkap, Alamat Email, Nomor *Handphone*, dan *Password*. Seluruh informasi ini harus sesuai dengan identitas resmi pelaku usaha yang bersangkutan.

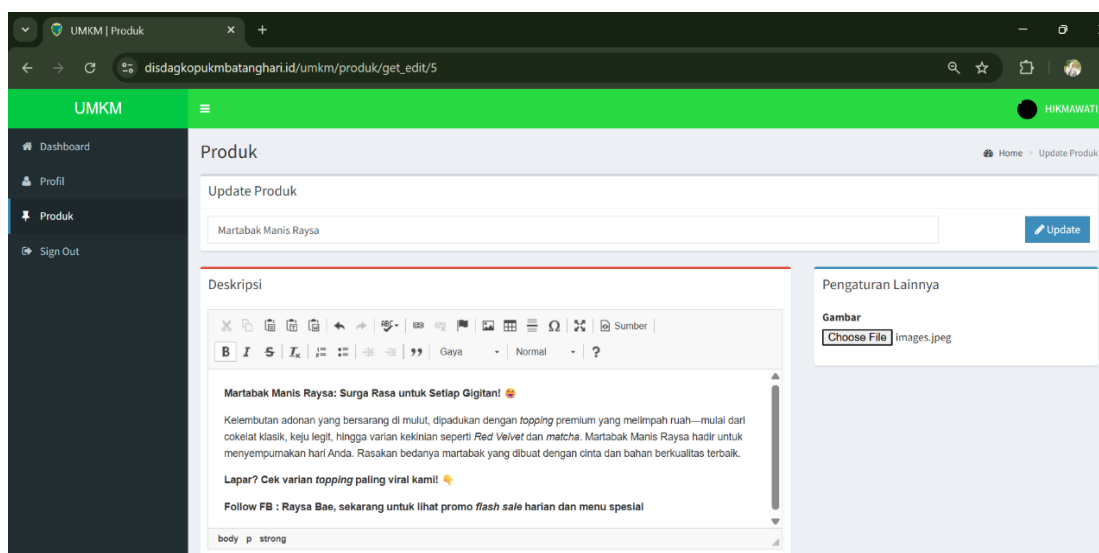
- b. Pengelolaan Profil dan Data Pelaku UMKM: Membimbing pengisian informasi usaha secara lengkap dan profesional.



Gambar 7. Pengelolaan Profil dan Data Pelaku UMKM

Pelaku UMKM diberikan kewenangan penuh untuk mengelola akun mereka, segera setelah proses verifikasi diselesaikan oleh Admin DISDAGKOP UKM Kabupaten Batang Hari. Fungsionalitas yang tersedia memungkinkan UMKM untuk memperbarui data profil dan memublikasikan produk baru, lengkap dengan foto serta deskripsi yang dioptimalkan untuk menarik pembeli.

- c. Optimalisasi Konten Digital: Sesi kritis yang berfokus pada teknik penulisan deskripsi produk yang persuasif dan standar pengunggahan foto produk yang menarik, yang merupakan kunci keberhasilan di pasar digital.

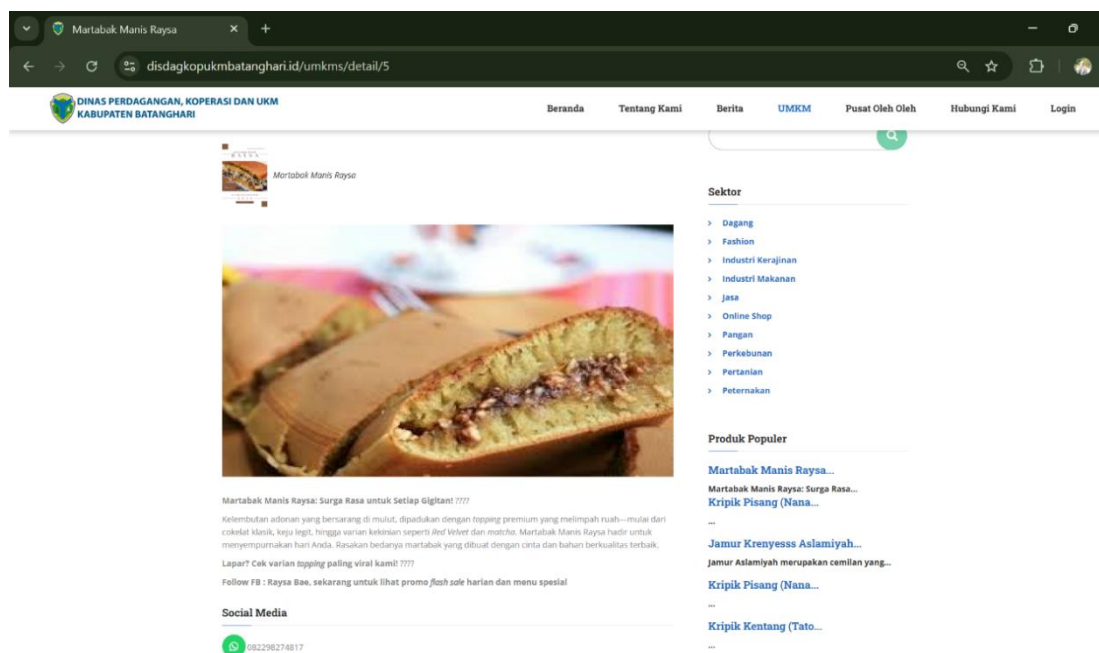


Gambar 8. Pengelolaan Profil dan Data Pelaku UMKM

Pelaku UMKM mampu membuat deskripsi produk yang persuasif dan menyajikan foto produk yang menarik agar dapat diperbarui (*diunggah*) ke sistem informasi promosi UMKM.

Evaluasi Keberlanjutan (Pendekatan Socio – Teknikal)

Metode ini diintegrasikan melalui pendampingan individual. Setelah sesi pelatihan, pelatih memastikan setiap peserta berhasil melakukan *output* krusial, yaitu mengunggah minimal satu produk lengkap dengan deskripsi yang dioptimalkan secara mandiri. Tahap ini krusial untuk memastikan adopsi teknologi (*website*) dapat diintegrasikan ke dalam praktik bisnis harian mereka.



Gambar 9. Pelaku UMKM berhasil membuat deskripsi dan unggah foto produk UMKM

Indikator Keberhasilan dan Tolak Ukur

Keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diukur secara komprehensif melalui tiga dimensi utama yaitu Peningkatan Kapasitas, Perubahan Perilaku, dan Potensi Dampak Ekonomi. Untuk memastikan intervensi tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga mendorong adopsi berkelanjutan. Tolak ukur dan indikator yang digunakan mengintegrasikan data kuantitatif dari hasil tes dengan observasi kualitatif mengenai perubahan sikap dan potensi keberlanjutan Model *Socio-Teknikal* yang diterapkan.

Tabel 1. Indikator Keberhasilan dan Tolak Ukur kegiatan Pelatihan Pemanfaatan Sistem Informasi Promosi UMKM Kabupaten Batang Hari Berbasis Website

Dimensi Pengukuran	Indikator Keberhasilan	Alat Ukur	Tolak Ukur Keberhasilan	Keterangan
1. Peningkatan Kapasitas & Keterampilan (Kuantitatif - Pendekatan Edukatif)	1. Peningkatan Pengetahuan Dasar Digital	Pre-Test & Post-Test (Kuesioner)	Skor rata-rata Post-Test minimal 20% lebih tinggi dari skor rata-rata Pre-Test.	Mengukur transfer ilmu pengetahuan dari pelatih kepada peserta. Pre-Test menjadi baseline awal sebelum pelatihan.
	2. Keterampilan Teknis Mandiri	Lembar Observasi Praktik (Ceklis)	Minimal 80% peserta berhasil mengunggah produk dan mengoptimalkan deskripsi/foto produk secara mandiri (tanpa bantuan langsung fasilitator).	Mengukur pencapaian tujuan utama kegiatan (kemampuan aplikasi Socio-Teknikal). Keberhasilan dilihat dari kemampuan hands-on.
	3. Adopsi Sistem Informasi	Data Logs Sistem Promosi (Cek Aktivitas Akun)	Minimal 60% peserta aktif melakukan pembaruan/aktivitas pada website promosi daerah minimal sekali dalam bulan pertama pasca-pelatihan.	Mengukur sejauh mana keterampilan yang diperoleh diadopsi menjadi kebiasaan atau praktik bisnis (Socio-Teknikal).
2. Perubahan Perilaku & Sikap (Kualitatif - Dimensi Sosial)	4. Keyakinan (Efikasi Diri) Digital	Wawancara Kualitatif	Peserta secara kualitatif menyatakan peningkatan keyakinan diri ("self-efficacy")	Mengukur dampak psikologis pelatihan. Perubahan sikap ini

			dalam mengelola pemasaran digital secara mandiri.	adalah prasyarat untuk keberlanjutan program jangka panjang.
3. Dampak dan Keberlanjutan (Kualitatif - Dimensi Ekonomi)	5. Potensi Peningkatan Jangkauan Pasar	Wawancara Pasca-Pelatihan dan Umpan Balik	Peserta memberikan umpan balik positif mengenai potensi perluasan jangkauan pasar dan branding produk setelah mengoptimalkan konten di website.	Mengukur dampak jangka panjang kegiatan terhadap perspektif dan peluang ekonomi UMKM.
	6. Nilai Tambah Institusional	Laporan Ketercapaian Kepada DISDAGKOP UKM	Institusi (DISDAGKOP UKM) mengakui bahwa data UMKM yang terunggah di website menjadi lebih valid dan fungsional setelah kegiatan pelatihan ini.	Mengukur dampak positif kegiatan terhadap mitra institusi dan tata kelola kebijakan pengembangan UMKM daerah.

Berdasarkan hasil analisis dari indikator keberhasilan dan tolak ukur Pelatihan Pemanfaatan Sistem Informasi Promosi UMKM Kabupaten Batang Hari Berbasis *Website* bahwa tingkat keterampilan dan pengetahuan melalui *Post-Test* menunjukkan peningkatan rata-rata skor pengetahuan peserta menjadi 85%. Kenaikan sebesar 40% dari skor awal ini melampaui target peningkatan 20%, menunjukkan keberhasilan signifikan yang diinterpretasikan sebagai hasil langsung dari sinergi antara relevansi materi dan metode praktik langsung yang intensif. Berdasarkan Lembar Observasi Praktik melalui tolak ukur mandiri, sebanyak 93% dari total peserta (23 dari 25 Pelaku UMKM) berhasil menyelesaikan tugas mengunggah produk dan mengoptimalkan deskripsi produk secara mandiri. Angka ini menegaskan pencapaian tujuan utama kegiatan.

Keberhasilan ini membuktikan bahwa Pendekatan Edukatif/Pelatihan yang diiringi pendampingan *Socio-Teknikal* efektif (Indra et al., 2025), dalam mengatasi kesenjangan literasi digital pada pelaku UMKM Kabupaten Batang Hari.



Gambar 10. Dokumentasi bersama Peserta Pelatihan Pemanfaatan Sistem Informasi Promosi UMKM Kabupaten Batang Hari Berbasis Website

4. SIMPULAN DAN SARAN

Dengan peningkatan kapabilitas teknis yang signifikan, ditandai dengan kenaikan skor pengetahuan rata-rata 40% dan 93% UMKM berhasil mengunggah produk secara mandiri, pelatihan ini secara keseluruhan berhasil mencapai tujuan utama dan mentransformasi sikap peserta menjadi proaktif dalam adopsi teknologi digital, meletakkan fondasi bagi ekonomi digital yang inklusif. Kelebihan utama pelatihan ini terletak pada kredibilitas dan legalitas yang didapatkan UMKM melalui integrasi dengan *website* promosi resmi daerah. Namun, tingkat kesulitan teknis bagi beberapa peserta dan tantangan aksesibilitas internet masih menjadi kekurangan yang memerlukan perhatian lebih lanjut. Untuk menjamin keberlanjutan dan meningkatkan daya saing, disarankan pelatihan pemanfaatan sistem informasi promosi UMKM lanjutan berfokus pada integrasi multi-platform dan pelatihan spesifik kualitas konten visual, serta pembentukan model *peer-trainer* lokal untuk menyebarkan pengetahuan digital secara berkelanjutan di Kabupaten Batang Hari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan apresiasi setinggi-tingginya kepada Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya atas dukungan substansial yang diberikan. Ucapan terima kasih juga kami haturkan kepada Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Batang Hari atas fasilitasi komprehensif yang telah diberikan hingga pelatihan ini selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Bachtiar, R. R., Purwaningtyas, A., Yusuf, D., Hanif, M. N., & Joko, M. (2025). Digitizing the Product Catalog at Blimbingsari Creative Craft to Expand its Promotional Network Digitalisasi Katalog Produk di Blimbingsari Creative Craft untuk Memperluas Jejaring Promosi. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(4), 1135–1140.
- Indra, D., Syahnur, M. H., & Lilis Nur Hayati. (2025). Implementation of a Web-Based Information System in Karang Taruna Parangloe. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 590–598. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v9i2.26465>
- Indrawan, R., Teguh, I., Puspitasari, O. R., Amara, D., & Pangestu, C. A. (2025). Digital Marketing

Socialization for Home Industry Actors in Winduhaji Village-Kuningan Regency Sosialisasi Digital Marketing pada Pelaku Industri Rumahan di Desa. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 914–921.

- Jaya, F., Siswanto, R., Nisa, A., & Wulandari, T. (2025). Capacity Building for MSMEs Through the Digital Market Ecosystem Strategy of the Mulyasari Social Forestry Business Group Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Digital Market Ecosystem Strategy Kelompok Usaha Perhutanan Sosial Mulyasari. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 923–933.
- Jenderal, D., Riset, P., Pengembangan, D., Ritomieaariescy, R., Mawardi, A. I., Sholihatin, E., Aprilisanda, I. D., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2021). Inovasi Pemasaran Produk Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(1), 418–432. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Mutmainnah, Ariantoro, T. R., Wibowo, S., Miten, F. K., & Mukhtar, R. (2025). Pelatihan Aplikasi SARPRAS untuk Meningkatkan Kompetensi Kelompok Tani dalam Pengelolaan Sarpras Berbasis Teknologi. *Jurnal Abdimas Maduma*, 4(2), 1–10. <https://journal.eltaorganization.org/index.php/ecdj/article/view/432>
- Mutmainnah, Sri, T. S., & dkk. (2025). *Strategi Implementasi Sistem Informasi*. PT Penamuda Media. <https://penasitasi.com/index.php/book/article/view/5>
- Mutmainnah, Wibowo, S., & Hariyanto. (2025). Implementasi Sistem Informasi Promosi UMKM Berbasis Website pada DISDAGKOP UKM Kabupaten Batang Hari. *JURNAL SISTEM DAN INFORMATIKA*, 19(2), 20–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.30864/jsi.v19i2.732>
- Rizaldi, A., & Walhidayah, I. (2025). Dampak Program EQUAL Berbasis Artificial Intelligence Co-Pilot terhadap Pemberdayaan Sosial-Ekonomi Pelaku UMKM. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 3455–3464.
- Shinta Nilam Sari Muslim, Firman Nurdiyansyah, & Adryan Syah. (2024). Implementasi Sistem Informasi Berbasis Web untuk Optimalisasi Operasional pada UMKM Krupuk Singkong Nusantara Putra. *Journal of Creative Student Research*, 2(3), 287–296. <https://doi.org/10.55606/jcsr-politama.v2i3.3926>
- Yuslaini, N., Fadhilla, M., Agia, L. N., Maulidiah, S., Wardana, D. F., & Maulina, A. (2024). Kopu River Rafting Tourism Object Promotion Strategy Based on Tourism Destination Website. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(5), 1346–1354. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v8i5.22517>