



PELAYANAN KREDIT MULTIGUNA (KMG) TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA PT. BANK DKI KANTOR CABANG PEMBANTU DEWI SARTIKA

Putri Amanda Puspitasari¹, Prasetio Ariwibowo², Tri Anita³

Universitas Indraprasta PGRI, Indonesia

Putriamanda121296@gmail.com¹, wibowoprasatio648@gmail.com², itatrianita18@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui masalah atau kendala yang mengakibatkan adanya penurunan dalam pengajuan kredit multiguna (KMG) dan menentukan strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah kredit multiguna pada PT Bank DKI KCP Dewi Sartika. Strategi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah strategi *marketing*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif menggunakan jenis penelitian deskriptif. Metode Pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan dokumentasi lapangan dan wawancara. Kendala atau masalah yang ditemukan di Bank DKI KCP Dewi Sartika adalah kurangnya pelayanan karyawan terhadap pengajuan kredit multiguna yang mengakibatkan penurunan pengajuan kredit multiguna. Strategi penyelesaian menghadapi masalah yang terjadi yaitu melakukan strategi *digital marketing* dan melakukan kebijakan yaitu Bank DKI KCP Dewi Sartika untuk meningkatkan pelayanan pada kredit multiguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pencairan kredit multiguna meningkat dari periode Januari 2021 s/d Desember 2021 ke periode Januari 2022 s/d Desember 2022 dengan presentase sebesar 88% dan berpengaruh terhadap pelayanan yang juga meningkat.

Kata Kunci : *Pelayanan, Kredit multiguna, Customer Satisfaction*

Abstract

This study aims to determine the problems or obstacles that result in a decrease in multipurpose loan applications (KMG) and determine strategies to increase the number of multipurpose loan customers at PT Bank DKI KCP Dewi Sartika. The strategy used in increasing the number of customers is a marketing strategy. The research method used in this study is a qualitative method using a type of descriptive research. Data collection method is carried out by conducting field documentation and interviews. The obstacle or problem found at Bank DKI KCP Dewi Sartika is the lack of employee service for multipurpose loan applications which resulted in a decrease in multipurpose loan applications. The resolution strategy to face the problems that occur is to carry out digital marketing strategies and carry out policies, namely Bank DKI KCP Dewi Sartika to improve services on multipurpose loans. The results showed that multipurpose loan disbursement increased from January 2021 to December 2021 to January 2022 to December 2022 with a percentage of 88% and affected services which also increased.

Keywords : *Service, Multipurpose Credit, Customer Satisfaction*

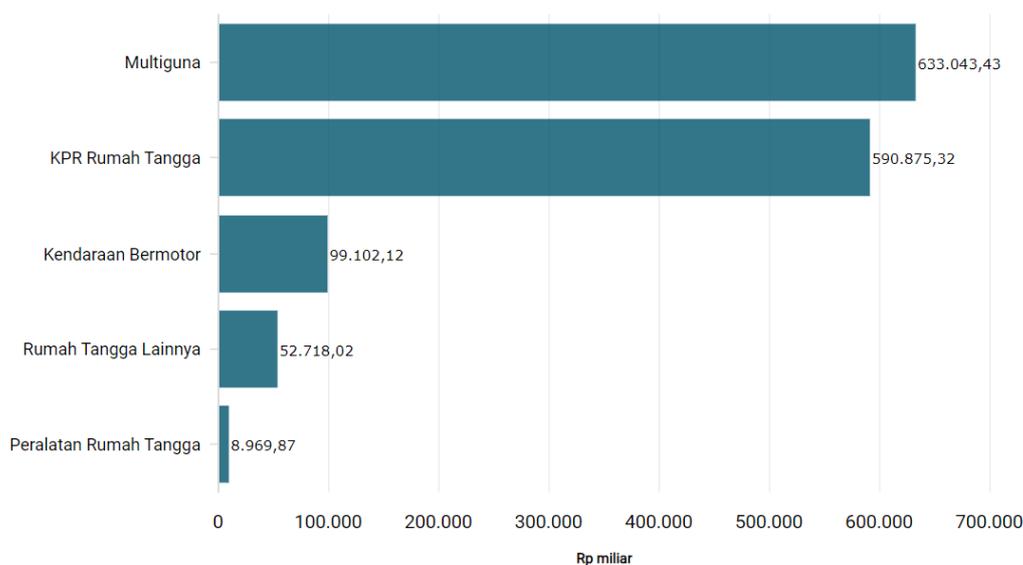
(* Corresponding Author : Putri Amanda Puspitasari¹, Putriamanda121296@gmail.com¹

INTRODUCTION

Bank adalah suatu Lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting dalam memajukan perekonomian suatu negara, karena bank sebagai pemasok dana masyarakat dalam bentuk kredit baik untuk perorangan maupun masyarakat. Pesatnya pertumbuhan lembaga perbankan dan *non-bank* di dunia khususnya Indonesia yang ditandai dengan berdirinya sejumlah bank menyebabkan persaingan antara sesama bank dalam merebut nasabah semakin ketat. Bank yang ingin maju dan berkembang harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memberikan rasa ama kepada nasabah. Kualitas Pelayanan adalah salah satu landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

Manfaat dari kualitas layanan terakumulasi dari waktu ke waktu atau dapat dikatakan dalam jangka panjang sehingga perusahaan jasa harus mengidentifikasi upaya pemberian kualitas pelayanan yang tepat dan melaksanakannya secara efektif. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepadakonsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan.

Komunikasi berhubungan dengan perilaku manusia dan kepuasan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya. Setiap orang membutuhkan hubungan sosial dengan orang-orang lainnya dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia yang satu dengan manusia lainnya, yang tanpa berkomunikasi akan terisolasi. Pesan-pesan ini mengemuka lewat perilaku manusia



Sumber: katadata.co.id (2021)

Gambar 1. Data statistik Kredit Rumah Tangga dan Kredit Multiguna dari Perbankan di Indonesia

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) [kredit](#) rumah tangga dari perbankan mencapai Rp1,38 triliun pada 2021. Nilai tersebut tumbuh 4,89% dibanding tahun sebelumnya (*year on year/yoy*), Komposisi kredit rumah tangga terbesar adalah untuk Kredit Multiguna, yakni mencapai Rp633,04 miliar (45,72%), diikuti [Kredit Pemilikan Rumah \(KPR\)](#) rumah tangga senilai Rp590,88 miliar (42,67%). Menciptakan kepuasan konsumen merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Kepuasan nasabah menggambarkan perbedaan antara harapan dan kinerja (yang nyata diterima).

Tabel dibawah ini memperlihatkan Perkembangan Jumlah Nasabah Kredit Multiguna PT Bank DKI KCP Dewi Sartika Periode Agustus – Oktober 2022 sebagai berikut :

Tabel 2. Perkembangan Jumlah Nasabah Kredit Multiguna PT Bank DKI KCP Dewi Sartika Periode Agustus – Oktober 2022

| No | Bulan | Jumlah Konsumen Kredit (Orang) | Perubahan |
|----|-----------|--------------------------------|-----------|
| 1 | Agustus | 116 | - |
| 2 | September | 142 | -18% |
| 3 | Oktober | 123 | -6% |

Sumber : PT Bank DKI Cabang Pembantu Dewi Sartika (2022)

METHODS

Teknik Analisis Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Berdasarkan Tabel 1 pada bulan Agustus terdapat 116 konsumen yang mengajukan kredit multiguna sedangkan di bulan September terjadi peningkatan jumlah konsumen kredit multiguna sebanyak 142 konsumen dan di bulan Oktober terjadi penurunan jumlah konsumen yang mengajukan kredit multiguna sebanyak 123, dapat dilihat pada bulan September terjadi peningkatan jumlah konsumen yang mengajukan kredit multiguna sebanyak 142 dengan peningkatan 18% dari bulan Agustus. Beberapa nasabah beralih menggunakan jasa kredit multiguna lain yang menawarkan produk kredit dengan suku bunga yang lebih rendah, jangka waktu pengajuan yang panjang dan mampu melayani nasabah dengan jaminan yang berada jauh dari wilayah Jakarta Timur.



Sumber : PT Bank DKI Cabang Pembantu Dewi Sartika (2022)

Gambar 2. Kepuasan Nasabah PT Bank DKI KCP Dewi Sartika dalam pengajuan Kredit Multiguna Periode 2021 – 2022

Berdasarkan gambar 1.2 data tersebut didapat dari kantor pusat Bank DKI Grup Pengembangan Jaringan divisi layanan – Departemen *Branch Quality Assurance* menurut data yang diterima dapat dilihat dari tinggi rendahnya kepuasan nasabah tentunya dipengaruhi banyak faktor. Dapat dilihat dari gambar di atas keandalan menjadi persentase tertinggi dalam tingkat kepuasan nasabah kredit multiguna di Bank DKI KCP Dewi Sartika yaitu 90% selama periode tahun 2021-2022 selanjutnya bukti fisik, jaminan dan empati menduduki persentase tertinggi kedua yaitu 80% dalam

tingkat kepuasan nasabah dan 70% presentase dari daya tangkap dalam kepuasan nasabah.

Selanjutnya salah satu cara untuk membangun loyalitas nasabah adalah dengan memberikan pelayanan prima pada nasabah kredit multiguna agar mendapatkan kepuasan dari nasabah yang diberikan. Oleh karena itu, perlu dibangun suatu layanan yang baik agar nasabah tetap *loyal* terhadap suatu bank.

Adapun hal yang dapat dilakukan oleh PT Bank DKI KCP Dewi Sartika adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dengan melakukan Strategi jemput bola (*Personal Selling*) adalah sebuah strategi dimana para penyedia jasa menghubungi atau mendatangi langsung nasabahnya dan menjalin hubungan lebih baik sehingga tercipta kepuasan nasabah. Muhasim (2007) Secara harafiah digital merupakan konsep yang didasarkan pada 0 dan 1 untuk menjabarkan off dan on. Lebih lanjut lagi, Wuranta (2017) teknologi digital mampu menggabung, menyajikan, atau mengkonversi suatu informasi, memanipulasi dengan cara cropping informasi asli baik itu mengurani atau menambah informasi bagi nasabah. Oleh karena itu Marketing melalui digital merupakan konsep encoding dan enkripsi data menjadi bentuk data yang paling sederhana yaitu bit serta memiliki kemampuan untuk memanipulasi suatu informasi yang ada.

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan suatu deskriptif dalam sudut pandang yang utuh, komprehensif dan *holistic* dalam memahami strategi pemasaran Produk Kredit Multiguna dan sebagai upaya mengatasi kendala dalam meningkatkan pelayanan pada produk Kredit Multiguna pada Bank DKI KCP Dewi Sartika sebagai dasar yuridis normatif penelitian

Metode yang digunakan berbentuk abstrak dan tidak diwujudkan dalam bentuk benda, tetapi hanya dapat dilihat penggunaannya dengan mengumpulkan data melalui wawancara, pengumpulan data, dokumentasi dan observasi.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data diperoleh melalui penyebaran koesioner yang sudah dipersiapkan sebelumnya yang didapatkan dari beberapa nasabah atau debitur Bank DKI KCP Dewi Sartika berupa : 5 pertanyaan yang berhubungan dengan Pelayanan dan 5 pertanyaan yang berhubungan dengan *Customer Satisfaction*.

Data yang diterima melalui koesioner dan dimulai dengan merencanakan pemilihan data, kemudian mengumpulkan data yang didapat, dan kemudian menganalisis data tersebut untuk dijadikan sebagai data penelitian. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Desain ini digunakan peneliti untuk mencari dan menganalisis secara sistematis melalui observasi yang dilakukan peneliti dilapangan dan berdasarkan keadaan yang nyata. Penelitian kualitatif menempatkan peneliti sebagai instrumen utama, teknik penentuan informan dilakukan secara *purposive*, dengan teknik pengumpulan data dengan triangulasi data, analisis data yang bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan kepada makna.

1. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dalam Virgiana (2021:80) dinamakan "*Social Situation*" atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu : tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktifitas yang berinteraksi secara sinergis. Situasi sosial dalam penelitian ini meliputi debitur dengan pengajuan kredit multiguna yaitu kalangan PNS, Non PNS, BLUD dan BUMD. Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi *social* tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi ditransferkan ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari.

Menurut Sugiyono dalam Gustina (2021:48) "Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sampel sampling jenuh yang terdapat di *Non-Probability Sampling*. Sampel yang diambil oleh peneliti adalah karyawan yang memproses kredit multiguna di Bank DKI Capem Dewi Sartika. dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, partisipan, informan. Penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh Karyawan PT Bank DKI Capem Dewi Sartika Bagian Kredit Multiguna dengan menggunakan data laporan Kredit multiguna selama periode Bulan

Agustus – Oktober 2022, berikut populasinya :

Tabel 3. Populasi Penelitian

| No | Nama | Jabatan | Status |
|----|----------------------|----------------|--------------------|
| 1 | Diah Kusumorini | Koordinator RM | Key Informan |
| 2 | Ade Zoraya | RM Konsumer | Suporting Informan |
| 3 | Nursiami Tri Fitriah | RM Konsumer | Suporting Informan |
| 4 | Era Irhamni | RM Konsumer | Suporting Informan |
| 5 | Rafich Bramasta | RM Konsumer | Suporting Informan |
| 6. | Kartika Sari Dwinusa | RM Konsumer | Suporting Informan |
| 7. | Mochamad Syamsudin | RM Konsumer | Suporting Informan |

Sumber : Bank DKI KCP Dewi Sartika (2022)

Berdasarkan tabel 2 terdapat 8 (delapan) populasi dalam penelitian. Diah Kusumorini sebagai Koordinator RM yang dimana bertugas sebagai Supervisi dalam pengajuan Kredit Multiguna sebelum bundel atau pengajuan kredit tersebut di *approve* pemimpin. Sedangkan Ade Zoraya, Nursiami Tri Fitriah, Era Irhamni, Rafich Bramastha, Kartika Dwinusa dan Mochamad Syamsudin bertugas sebagai Suporting Informan dimana tugas dari karyawan tersebut adalah memasarkan dan menjual produk kredit multiguna lalu memproses pengajuan kredit tersebut

2. Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yaitu:

- Teknik Dokumentasi
- Teknik Wawancara
- Koesioner

3. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono dalam Bakti (2019:31) “instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Peneliti dapat bertindak sebagai perencana, pelaksana, pengumpulan data, dan penganalisis data. Pada penelitian kualitatif, data yang telah dianalisis oleh peneliti akan menghasilkan penjelasan yang berisis kata kata mengenai topik penelitian dan bukan berisi mengenai angka-angka yang tertera pada data yang telah dianalisis.

Dalam penelitian kualitatif penarikan kesimpulan tersebut dengan cara induktif, yang mana peneliti berangkat dari kasus-kasus yang bersifat khusus berdasarkan pengalaman nyata kemudian dirumuskan menjadi model, konsep, teori, prinsip, atau definisi yang bersifat umum. Dengan kata lain, penarikan kesimpulan secara induktif adalah proses penelitian yang diawali dengan mengumpulkan data dan kemudian mengembangkan suatu teori dari data-data tersebut.

RESULTS & DISCUSSION

RESULTS

Disimpulkan bahwa Kendala atau masalah yang ditemukan di Bank DKI KCP Dewi Sartika adalah kurangnya pelayanan karyawan terhadap pengajuan kredit multiguna yang mengakibatkan penurunan pengajuan kredit multiguna. Strategi penyelesaian menghadapi masalah yang terjadi yaitu melakukan strategi digital *marketing* dan melakukan kebijakan yaitu Bank DKI KCP Dewi Sartika untuk meningkatkan pelayanan pada kredit multiguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pencairan kredit multiguna meningkat dari periode Januari 2021 s/d Desember 2021 ke periode Januari 2022 s/d Desember 2022 dengan presentase sebesar 88% dan berpengaruh terhadap pelayanan yang juga

meningkat.

Berikut rincian pencairan Kredit Multiguna Bank DKI KCP dewi sartika pada tahun 2021 dan 2022:

Table 4. Laporan Pencairan Kredit Multiguna KCP Dewi Sartika

| BULAN | TAHUN | | PRESENTASI NAIK/TURUN |
|---------------|------------------------|------------------------|--------------------------|
| | 2021 | 2022 | |
| JANUARI | 4,955,900,000 | 15,623,300,000 | 215% |
| FEBRUARI | 10,135,500,000 | 20,334,400,000 | 101% |
| MARET | 8,735,600,000 | 22,783,100,000 | 161% |
| APRIL | 7,199,000,000 | 18,796,600,000 | 161% |
| MEI | 10,380,100,000 | 11,333,200,000 | 9% |
| JUNI | 18,033,400,000 | 28,260,857,000 | 57% |
| JULI | 14,002,200,000 | 27,993,700,000 | 100% |
| AGUSTUS | 12,423,400,000 | 27,914,300,000 | 125% |
| SEPTEMBER | 15,347,200,000 | 31,888,500,000 | 108% |
| OKTOBER | 17,896,600,000 | 31,442,800,000 | 76% |
| NOVEMBER | 16,169,400,000 | 37,522,200,000 | 132% |
| DESEMBER | 24,745,900,000 | 26,936,100,000 | 9% |
| JUMLAH | 160,024,200,000 | 300,829,057,000 | 88% |

Sumber : Bank DKI KCP Dewi sartika (2022)

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka diperoleh kesimpulan bahwa strategi yang diterapkan oleh Bank DKI KCP Dewi Sartika dalam meningkatkan pengajuan kredit multiguna terhadap *customer satisfaction*. Rincian dari simpulan adalah kualitas pelayanan kredit multiguna berpengaruh terhadap terhadap *customer satisfaction* di Bank DKI KCP Dewi sartika, Jakarta timur sebesar 88% dari tahun 2021.

Berdasarkan dari uraian dan data pada bab-bab sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulannya sebagai berikut :

1. Bank DKI KCP Dewi sartika sudah menerapkan strategi *marketing* yang berkaitan dengan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).
2. Strategi *marketing* yang diterapkan oleh Bank DKI KCP Dewi Sartika mampu menghasilkan nasabah pengajuan baru dan dalam penerapannya memang belum berdampak terlalu signifikan namun dengan adanya strategi tersebut dapat membantu meningkatkan pengajuan kredit multiguna di Bank DKI KCP Dewi Sartika.
3. Antisipasi Bank DKI KCP Dewi sartika dalam menghadapi persaingan dengan Bank lain masa ini sudah cukup baik, meskipun ada penurunan pengajuan namun terdapat juga peningkatan pengajuan yang terlihat dari jumlah pencairan yang diterima pada tahun 2022.

REFERENCES

- Agusta, Leonardo, Eddy, Madiono, S. (2013). Pengaruh pelatihan dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan CV Haragon Surabaya. 1(3), 1399–1408.
- Andri Susanto. (2014). Pelayanan Customer Relations Terhadap Peningkatan Kepuasan Nasabah PT BTN Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Malang. Nucl. Phys., 13(1), 104–116.
<https://doi.org/https://doi.org/10.0001/27>

- Anggiani, A. (2019). Pengaruh Profesionalisme Auditor Dan Tenur Audit Terhadap Kualitas Audit (Vol. 8, Issue 5). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Aprilia, V. (2019). Kualitas Pelayanan Ditinjau Dari Motivasi Kerja Pramuniaga Robinson Department Store Semarang. In *Fakultas Psikologi* (Vol. 6, Issue 1). Universitas Semarang.
- Awaluddin, Z. (2022). Kualitas Pelayanan Pada Perusahaan Umum Daerah Tirta Mon Krueng Baro Kabupaten Pidie. 12(September), 285–291.
- Bakti, Winda, S., & Ningrum. (2019). Pengaruh Model Concept Sentence Terhadap Keterampilan Menulis Cerita Kelas V Di SD Negeri Jeruklegi Wetan 03 Tahun Ajaran 2018/2019.
- Dairobi, A. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Frisian Flag Di CV Karya Baru Bersama. In *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi & Bisnis*. Universitas Esa Unggul Jakarta.
- Dewantoro, Agung, R. (2016). Upaya Peningkatan Mutu Pelayanan Administrasi Terhadap Kecamatan Paten Di Kecamatan Puhpelem Kabupaten Wonogiri. <http://library.umpo.ac.id>
- Elfian, E., & Ariwibowo, P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Bis Transjakarta di Terminal Kampung Melayu. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 1(2). <https://doi.org/10.21009/jdmb.01.2.05>
- Fadhli, K., Kosmari, M., Rahmatika, A., & Ismail, A. N. (2021). Pengaruh Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Afco Group Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 855–863.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v2i3.735>
- Gustina, R. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Peningkatan Jumlah Jamaah Umroh Pada PT Pandi Kencana Murni Tours & Travel Pekanbaru -Universitas, Islam, Riau. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/3358>
- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Journal of Business and Banking*, 10 (1), 91. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>
- Harjati, Lily, Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1 (1), 64–74.
- Hendro, J. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan Produk Pupuk Organik Hemal Bio Di PT Hemal Agrinusa Jakarta. *Jurnal STEI Ekonomi*, 27(2), 194–207.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36406/jemi.v27i02.134>
- Hidayat, R., Industri, J. T., & Madura, U. T. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 59–72. <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.59-72>.
- Muflihatin, S. I., Nursamsi, & Muttaqin, M. K. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 76– 87.
<http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>.