

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Produk Olahan di Desa Antibar dalam Perspektif Ekonomi Lokal Implementasi Model Bisnis Berkelanjutan untuk Produk Olahan Hasil Alam di Desa Antibar: Studi Kasus Dusun Permai

Wisnu Prasetyo¹, Dody Pratama Marumpe², Blessita Putri Fitonia³, Nadia Ukti Syari⁴, Desi Rahmaniar⁵, Een Aprija⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Tanjungpura

B1021221087@student.ac.id¹, dody.pratama@ekonomi.untan.ac.id²,
b1021221084@student.untan.ac.id³, b1021221095@student.untan.ac.id⁴,
b1021221205@student.untan.ac.id⁵, b1021221126@student.untan.ac.id⁶

ABSTRACT

This community service activity is based on the problem of the lack of public knowledge regarding the processing and marketing of new products from abundant natural resources in their area and the lack of public knowledge for business development in the current era. Product processing and marketing is one of the activities that plays an important role in the development of the natural resource-based economic sector. With good processing and effective marketing strategies, natural products can compete in domestic and international markets, while improving the welfare of farmers and natural resource managers. This activity aims to increase public awareness that abundant natural products have high value if they are processed first into new products and provide an effective way to market their products in order to increase sales. The approach methods applied are socialization, training in making processed products from natural products, and assistance in marketing digital-based products. The results of this activity are expected to increase public awareness to process natural products into new products and can increase new product processing entrepreneurs from natural products, as well as increase public understanding in marketing more modern products to increase sales.

Keywords: new products, marketing, natural products

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini didasari atas persoalan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap pengolahan dan pemasaran produk baru dari hasil alam yang melimpah di wilayahnya serta kurangnya pengetahuan masyarakat untuk pengembangan usaha di era saat ini. Pengolahan dan pemasaran produk merupakan salah satu kegiatan yang memegang peranan penting dalam pengembangan sektor ekonomi berbasis sumber daya alam. Dengan adanya pengolahan yang baik dan strategi pemasaran yang efektif, produk hasil alam dapat bersaing di pasar domestik dan internasional, sekaligus meningkatkan kesejahteraan petani dan pengelola sumber daya alam. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa hasil alam yang melimpah memiliki nilai yang tinggi jika diolah terlebih dahulu menjadi produk baru dan memberikan cara yang efektif untuk pemasaran produknya agar dapat meningkatkan penjualan. Metode pendekatan yang diterapkan adalah sosialisasi, pelatihan pembuatan produk olahan dari hasil alam, dan pendampingan dalam pemasaran produk berbasis digital. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengolah hasil alam menjadi produk baru

dan dapat menambah wirausaha pengolahan produk baru dari hasil alam, serta meningkatkan pemahaman masyarakat dalam pemasaran produk yang lebih modern untuk meningkatkan penjualan.

Kata kunci: produk baru, pemasaran, hasil alam

PENDAHULUAN

Kecamatan Mempawah Timur memiliki luas wilayah sekitar 213,50 km², merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Mempawah, Provinsi Kalimantan Barat, Indonesia. Kecamatan Mempawah Timur berbatasan langsung dengan Kecamatan Mempawah Hilir (yang meliputi pusat kota Mempawah) di bagian barat, sehingga menjadikannya salah satu kecamatan yang paling dekat dengan pusat pemerintahan Kabupaten Mempawah. Kecamatan Mempawah Timur terdiri dari 7 desa yang salah satu di antaranya adalah Desa Antibar.

Desa Antibar salah satu desa yang terletak di bagian Mempawah Timur, dekat dengan ibu kota Kabupaten Mempawah. Desa ini memiliki peran penting sebagai bagian dari wilayah administratif Kabupaten Mempawah, dengan kehidupan penduduk yang umumnya bergerak di bidang pertanian, perikanan, dan usaha kecil. Di Desa Antibar terdapat 9 dusun yang di mana salah satu di antaranya adalah Dusun Permai yang merupakan dusun dengan hasil alam yang melimpah, yaitu buah pisang, durian, pepaya, dan kelapa. Sebagian besar masyarakat di sana adalah pelaku UMKM yang menjual berbagai macam kue-kue tradisional, brownies, dan cake susu yang kemudian dipasarkan langsung kepada konsumen di pasar tradisional terdekat. Warga di sana juga umumnya memiliki pohon pisang, pohon durian, dan pohon pepaya di pekarangan rumahnya. Namun hanya untuk konsumsi mereka sendiri, dikarenakan informasi tentang pengolahan dan pemasaran produk masih sangat kurang bagi masyarakat Dusun Permai.

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam mendukung perekonomian nasional, khususnya bagi daerah yang sedang berkembang. (David Birch, 1979). Sektor UMKM telah menjadi tulang punggung ekonomi lokal bagi masyarakat Desa Antibar, di mana banyak penduduk mengandalkan hasil alam seperti pertanian, perikanan, dan perkebunan sebagai sumber pendapatan utama. Desa ini memiliki potensi besar dalam pengembangan produk olahan hasil alam yang dapat memberikan nilai tambah, meningkatkan daya saing produk, meningkatkan ekonomi lokal, serta menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat.

Meskipun memiliki potensi yang cukup besar, UMKM di Desa Antibar, khususnya di Dusun Permai, masih menghadapi berbagai tantangan dalam hal kreativitas pengolahan produk, akses pasar, serta penerapan teknologi dalam hal pengolahan dan pemasaran. Tantangan ini mencakup keterbatasan ide dalam berinovasi produk, kurangnya pengetahuan dalam manajemen bisnis, serta akses terbatas ke jaringan distribusi yang lebih luas. Selain itu, pemahaman tentang pentingnya model bisnis berkelanjutan dalam pengelolaan produk olahan hasil alam masih belum optimal. Model bisnis berkelanjutan dapat diartikan sebagai

mengintegrasikan aspek ekonomi, social, dan lingkungan ke dalam bisnis, sehingga kegiatan bisnis tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi tetapi juga berkontribusi terhadap kesejahteraan sosial dan perlindungan lingkungan. (Stubbs & Cocklin, 2008). Dengan melakukan model bisnis berkelanjutan, UMKM di Desa Antibar tidak hanya meningkatkan profitabilitas dan daya saing, tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan dan sosial.

Dalam konteks ekonomi lokal, pengembangan UMKM di Desa Antibar membutuhkan pendekatan holistik dan berkelanjutan. Implementasi model bisnis berkelanjutan diharapkan dapat menjadi solusi strategis untuk mengatasi masalah lingkungan, sosial, dan ekonomi yang dihadapi oleh UMKM. Model bisnis berkelanjutan tidak hanya mempertimbangkan keuntungan finansial saja, tetapi juga melihat dari faktor jangka panjang terhadap lingkungan, keberlanjutan, dan dampak sosialnya dari kegiatan operasional tersebut. (John Elkington, 1994). Pendekatan ini akan mempromosikan praktik produksi yang lebih ramah lingkungan, optimalisasi sumber daya alam, serta memperkuat keterlibatan komunitas lokal dalam rantai nilai produk olahan.

Kegiatan ini bertujuan untuk mengkaji dan menerapkan implementasi model bisnis berkelanjutan pada UMKM produk olahan hasil alam di Desa Antibar, dengan studi kasus Dusun Permai. Fokus utama kegiatan adalah bagaimana model ini dapat diterapkan ke dalam praktik bisnis lokal, serta dampaknya terhadap peningkatan daya saing, pertumbuhan ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan ini juga akan dilakukan pelatihan dan pendampingan terkait model bisnis berkelanjutan yang dapat dilakukan secara langsung bagi para pelaku UMKM di Desa Antibar, dengan studi kasus Dusun Permai.

METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Dusun Permai dilakukan dengan beberapa tahapan, di antaranya survei lokasi kegiatan; penyusunan proposal kegiatan; melakukan koordinasi kepada kepala desa dan kepala dusun terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Dusun permai; sosialisasi kepada para warga setempat; persiapan alat, bahan, dan materi kegiatan; dan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pada tahap pelaksanaan kegiatan, kami melakukan kegiatan sosialisasi, pelatihan pembuatan produk olahan dari hasil alam, dan pendampingan dalam pemasaran produk berbasis digital. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan workshop dengan tema berwirausaha dengan memanfaatkan hasil alam. Tujuan diadakannya kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengelola hasil alam yang melimpah. Kegiatan ini mencakup pemaparan materi tentang pengenalan awal wirausaha, cara berwirausaha, contoh produk olahan baru, cara pengolahan, dan cara memasarkan produk olahan dari hasil alam. Dalam kegiatan ini, banyak dihadiri oleh ibu rumah tangga (IRT) Dusun Permai dan ibu PKK Desa Antibar.

2. Membuat produk olahan dari hasil alam dan logo produknya. Tujuan diadakannya kegiatan ini adalah agar masyarakat dapat memanfaatkan hasil alam yang ada di dusun tersebut. Tidak hanya untuk konsumsi rumah tangga, tetapi juga dapat meningkatkan perekonomian rumah tangga. Produk yang sudah dihasilkan akan diberi logo yang tujuannya agar membantu masyarakat dalam memperkenalkan produknya. Produk olahan dari hasil alam yang berhasil dibuat adalah keripik pisang lumer dan pepaya mustofa.
3. Melakukan workshop dan pendampingan digital marketing. Kegiatan ini mencakup tentang pemaparan materi apa itu digital marketing, strategi dalam digital marketing, dan cara melakukan proses digital marketing. Dalam kegiatan ini juga dilakukan sosialisasi tentang aplikasi penunjang digital marketing, seperti shopee dan instagram. Dimana akan dijelaskan bagaimana proses digital marketing lewat aplikasi shopee dan proses digital marketing lewat instagram untuk menjadi akun instagram bisnis. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar mempermudah kegiatan usahanya dalam proses pemasaran dan memperkenalkan produknya ke masyarakat luas.
4. Pemasaran lebih lanjut untuk pelaku usaha yang sudah ada. Tujuan dari kegiatan ini adalah menjadikan usaha tersebut dikenal oleh banyak orang dan meningkatkan penjualan. Kegiatan ini mencakup pembuatan logo, banner, dan akun media sosial. Setelah itu akan diberikan kepada pelaku usaha dan melakukan sosialisasi terkait akun media sosial yang akan diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan model bisnis berkelanjutan pada UMKM Dusun Permai menunjukkan potensi yang besar dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal. Dengan dukungan yang tepat, pelaku UMKM tidak hanya dapat bertahan tetapi juga berkembang dalam menghadapi tantangan pasar. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku bisnis sangat penting untuk mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Desa Antibar.

Dengan tercapainya kegiatan tersebut, masyarakat dapat memanfaatkan hasil alamnya menjadi produk olahan yang inovatif dan mampu bersaing. Seperti yang telah diolah, yaitu mengolah buah pisang menjadi keripik pisang lumer yang dimana produk ini dapat bersaing di pasaran. Selanjutnya ada produk lain yang dihasilkan, yaitu pepaya mustofa yang dimana biasanya menggunakan kentang dalam pembuatannya, kini berinovasi dengan menggunakan buah pepaya yang masih mentah sebagai bahan utama pengganti kentang. Proses pemasaran produk dari hasil alam Dusun permai bisa dilakukan dengan menggunakan media sosial. Karena melalui media sosial, proses pemasaran dapat memperluas jangkauan pasar dan tanpa batasan waktu. Selain itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dengan konsumen. Maka dari itu, adanya media sosial dapat menjadi opsi pemasaran yang efektif dalam model bisnis berkelanjutan.

Pada tahap ke-1 kami melakukan workshop dengan tema berwirausaha yang mencakup kegiatan berupa pemaparan materi tentang pengenalan awal wirausaha,

cara berwirausaha, contoh produk olahan baru, cara pengolahan, dan cara memasarkan produk olahan dari hasil alam. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya kewirausahaan sebagai upaya meningkatkan ekonomi lokal. Masyarakat diperkenalkan dengan konsep kewirausahaan, termasuk pengenalan produk olahan baru seperti keripik pisang lumer dan pepaya mustofa, serta cara mengolahnya. Selain itu, masyarakat juga belajar strategi pemasaran, baik secara konvensional maupun digital, yang membantu mereka memahami pentingnya pengemasan, branding, dan teknik pemasaran yang efektif.



Gambar 1. Workshop kewirausahaan

Selanjutnya di tahap ke-2 kami membuat produk olahan dari hasil alam dan logo produknya bersama para warga. Kegiatan ini dilakukan berupa mengolah buah pisang yang masih mentah menjadi keripik pisang lumer dengan varian rasa coklat dan vanilla. Selanjutnya ada mengolah buah pepaya yang masih mentah menjadi pepaya mustofa yang dapat menggantikan kentang sebagai bahan utamanya. Lalu ada pembuatan logo untuk produk keripik pisang lumer dan pepaya mustofa. Kegiatan ini memberikan hasil nyata berupa produk olahan baru yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat tidak hanya untuk konsumsi pribadi tetapi juga sebagai produk ekonomi yang dapat dipasarkan. Sosialisasi tentang proses pembuatan produk olahan dari hasil alam memberikan kesempatan bagi warga untuk memahami dan terlibat langsung dalam setiap tahap produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan, hingga pengemasan. Dengan adanya pelatihan ini, masyarakat dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam membuat produk rumah tangga yang berkualitas, serta memahami pentingnya identitas visual melalui pembuatan logo produk yang unik dan menarik. Proses pembuatan logo membantu warga mengenali pentingnya branding dan pemasaran yang terarah, sehingga produk mereka dapat dikenal lebih luas dan memiliki daya saing di pasar.



Gambar 2. Kegiatan mengolah produk keripik pisang lumer dan pepaya mustofa



Gambar 3. Logo, kemasan, dan produk keripik pisang lumer



Gambar 4. Logo, kemasan, dan produk pepaya mustofa

Pada tahap ke-3 ini, kami melakukan kegiatan berupa workshop dan pendampingan digital marketing. Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah pemaparan materi tentang apa itu digital marketing, strategi dalam digital marketing, dan cara melakukan proses digital marketing. Pada kegiatan ini juga dilakukan sosialisasi tentang aplikasi penunjang digital marketing, seperti shopee dan instagram serta bagaimana proses digital marketing lewat aplikasi shopee dan proses digital marketing lewat instagram untuk menjadi akun instagram bisnis. Program workshop dan pendampingan digital marketing ini berhasil memberikan wawasan baru kepada masyarakat Desa Antibar mengenai pemasaran modern dengan memanfaatkan teknologi digital. Materi yang disampaikan mencakup strategi digital

marketing dan penggunaan aplikasi e-commerce seperti Shopee serta media sosial seperti Instagram untuk memasarkan produk. Masyarakat mendapatkan pengetahuan tentang cara membuat akun bisnis, mengelola konten, dan berinteraksi dengan pelanggan melalui platform digital. Hasil dari workshop ini adalah meningkatnya pemahaman masyarakat tentang pemasaran online dan kepercayaan diri untuk memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk mempromosikan usaha mereka. Langkah-langkah ini berpotensi meningkatkan visibilitas dan penjualan produk lokal, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara signifikan.



Gambar 5. Workshop digital marketing



Gambar 6. Akun instagram untuk dua produk yang telah dihasilkan

Tahapan kegiatan kami yang ke-4 adalah melakukan pemasaran lebih lanjut untuk pelaku usaha yang sudah ada. Kegiatan ini fokus pada penyediaan alat-alat pendukung pemasaran seperti logo, banner, dan akun media sosial yang didesain secara profesional. Pendampingan diberikan kepada para pelaku usaha untuk memahami cara menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif. Kegiatan ini berhasil membantu menciptakan identitas visual yang kuat untuk produk lokal, meningkatkan daya tarik produk, dan memperluas jangkauan pasar. Hasilnya, usaha-usaha di Dusun Permai kini memiliki logo dan materi pemasaran yang lebih terstruktur, yang dapat meningkatkan eksposur produk mereka di pasar dan membantu mengembangkan bisnis dengan lebih baik.



Gambar 7. Penyerahan logo, banner, dan akun media sosial kepada pelaku UMKM di Dusun Permai

Kegiatan yang telah dilakukan, disambut dengan sangat baik oleh masyarakat Dusun Permai, Desa Antibar. Terlihat dari antusiasme para warga yang hadir dan ikut andil dalam setiap tahapan kegiatan. Membuat produk olahan menjadi kegiatan yang sangat disukai warga, dikarenakan rata-rata yang hadir dalam kegiatan tersebut adalah ibu-ibu yang sudah memiliki pengalaman dalam hal masak-memasak. Sehingga tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat Dusun Permai dan para warga yang hadir saling bertukar pikiran dalam mengolah produk tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan sangat baik dan dapat diterima oleh Masyarakat. Hal ini terlihat pada antusiasme masyarakat dalam menghadiri kegiatan-kegiatan yang dibuat, mulai dari workshop, mengolah produk, sampai pelatihan digital marketing. Kegiatan pengolahan produk berlangsung dengan sangat baik sehingga dapat dijadikan ide usaha oleh masyarakat sekitar. Dengan berjalannya seluruh kegiatan ini, diharapkan dapat memberikan hasil yang positif dalam upaya kreativitas masyarakat untuk mengolah hasil alam menjadi produk baru yang banyak diminati dan dapat memahami dalam segi pemasaran yang lebih modern serta meningkatkan perekonomian masyarakat.

Saran untuk ke depannya, masyarakat Dusun Permai dapat mengembangkan ide yang kreatif dalam memanfaatkan hasil alamnya yang melimpah agar meningkatkan perekonomian lokal dan membuka lapangan pekerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abeng, A. T., & Maulana, Z. (2019). PENGOLAHAN PRODUK IKAN BANDENG DI DESA TEKOLABBUA KECAMATAN PANGKAJENE KABUPATEN PANGKEP. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 78-85. <http://jurnalpertanianumpar.com/index.php/jdm/article/view/512>
- Fithriyana, E. (2020). PENGOLAHAN PRODUK BERBAHAN DASAR BUAH PEPAYA SEBAGAI UPAYA PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PEDESAAAN. *Al-Umron: : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1-9. <https://journal.unugiri.ac.id/index.php/al-umron/article/view/748>
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 1-13. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jurnaldikus/article/view/37122>
- Hikmahwati, Nikmah, N., & safrina, N. (2023). Pendampingan Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Standardisasi Produk Peningkatan Usaha Keripik Pisang "Lumer" Banjarmasin. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3264-3271. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/6883>
- Lasmini, S. A., Idham, Monde, A., & Tarsono. (2019). Pelatihan Pembuatan dan Pengembangan Pupuk Organik Cair Biokultur dan Biourin untuk Mendukung Sistem Budidaya Sayuran Organik. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 99-104. <https://journal.umpr.ac.id/index.php/pengabdianmu/article/view/891>
- Maharani, B., Fendisty, A. L., Masjidin, U. L., Ardiyan, D., Rizky, N. D., & Hidayah, N. (2021). Pelatihan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Keterampilan Pelaku UMKM di Desa Srumbung Magelang. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 434-440. <https://journal.umpr.ac.id/index.php/pengabdianmu/article/view/1926>
- Muthia, R., Akbar, D. O., Putri, A. N., Sandi, D. A., Vebruati, & Kunmariana, R. (2022). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Sri Rejeki pada Pengolahan Sediaan Umbi Bawang Dayak (*Eleutherine bulbosa* Urb.). *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 699-704. <https://journal.umpr.ac.id/index.php/pengabdianmu/article/view/3623>
- Supandi, Ernawati, T., Yuaningrum, J., Yunita, & Agustina, E. R. (2023). PEMBERDAYAAN KOMUNITAS IBU RUMAH TANGGA DALAM MENINGKATKAN UMKM MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN BERBAGAI MACAM KERIPIK. *Jurnal Bakti Tahsinia (JBT)*, 222-237. <http://jurnal.rakeyansantang.ac.id/index.php/JBT/article/view/534>
- Sutikno, R. I., Alfaini, L. Z., & Syabrina, W. P. (2021). MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM KONVEKSI SUCEX KAOS SUMEDANG JALAN SUKATALI RAYA, KECAMATAN SITURAJA, KABUPATEN SUMEDANG. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1-4. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/10787>

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 5 No 1 (2025) 239-248 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmutama.v5i1.5899

- Suwarsi, A. A., Satyarini, J. N., Hayati, S. R., Sharfina, A. G., & Anggraeni, A. (2021). Inovasi Produk Pengrajin Gerabah di Dusun Jetis, Panjangrejo, Pundong Bantul Yogyakarta. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 197-205. <https://journal.umpr.ac.id/index.php/pengabdianmu/article/view/1726>
- Wahyuni, M., Fauziah, F., & Marwati. (2021). PKM Pengembangan dan Pengolahan Produk Buah Naga di Kecamatan Samboja Kabupaten Kutai Kartanegara. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 236-242. <https://journal.umpr.ac.id/index.php/pengabdianmu/article/view/1740>
- Widiastuti, E. J., & Indriastuti, Y. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @right.store Melalui Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Representamen*, 73-83. <https://core.ac.uk/download/pdf/524684777.pdf>