

## **ANALISIS PENGELOLAAN WISATA BERBASIS SMART TOURISM DI DESA BANJARANYAR KECAMATAN BANJARANYAR KABUPATEN CIAMIS**

**Dicky<sup>1</sup>, Arie Budiawan<sup>2</sup>, Kiki Endah<sup>3</sup>, Obang<sup>4</sup>, Wasimin<sup>5</sup>**

*Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia*<sup>1,2,3,4,5</sup>

Email: [dickyramadhan705@gmail.com](mailto:dickyramadhan705@gmail.com)

### **ABSTRAK**

*Pengembangan desa berbasis wisata merupakan upaya untuk mengetahui dan menggali potensi wisata yang ada di desa tersebut sehingga perlu adanya pengelolaan yang baik untuk meningkatkan pengembangan wisata. Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis memiliki sumber potensi wisata yang memungkinkan dapat berkembang diantaranya wisata alam, wisata edukasi dan wisata religi atau keagamaan. Akan tetapi, berdasarkan hasil observasi pengelolaan wisata berbasis smart tourism di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis belum optimal. Hal ini disebabkan oleh indikator diantaranya antara lain: 1) Adanya pengelolaan yang tidak kondusif terhadap potensi wisata edukasi di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis pasca Pandemi Covid-19, 2) Kurang maskimalnya perawatan serta adanya kerusakan infrastruktur untuk menuju ke lokasi wisata edukasi di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis, 3) Adanya sikap dari sebagian masyarakat setempat yang belum sepenuhnya mendukung perkembangan terhadap potensi wisata edukasi di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis, 4) Adanya kendala di bidang finansial yang harus dikeluarkan oleh Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis.*

**Kata Kunci:** *Desa; Wisata; Smart Tourism.*

### **ABSTRACT**

*Tourism-based village development is an effort to find out and explore the tourism potential that exists in the village so that good management is needed to increase tourism development. Banjaranyar Village, Banjaranyar District, Ciamis Regency has potential sources of tourism that allow it to develop, including natural tourism, educational tourism and religious tourism. However, based on the results of observations, smart tourism-based tourism management in Banjaranyar Village, Banjaranyar District, Ciamis Regency is not yet optimal. This is caused by indicators including: 1) Management that is not conducive to educational tourism potential in Banjaranyar Village, Banjaranyar District, Ciamis Regency after the Covid-19 Pandemic, 2) Lack of optimal maintenance and damage to infrastructure to get to educational tourism locations in the Village. Banjaranyar, Banjaranyar*

*District, Ciamis Regency, 3) There is an attitude from some local communities who do not fully support the development of educational tourism potential in Banjaranyar Village, Banjaranyar District, Ciamis Regency, 4) There are financial constraints that must be overcome by Banjaranyar Village, Banjaranyar District, Ciamis Regency.*

**Keyword:** *Village; Tour; Smart Tourism.*

## PENDAHULUAN

Pengembangan desa berbasis wisata (*Smart Tourism*) merupakan langkah dalam upaya mengetahui dan menggali tingkat pengembangan potensi wisata di desa itu sendiri guna memaksimalkan hasil yang akan dicapai ketika mengembangkan desa wisata itu sendiri. Suatu pengembangan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok tidak akan terlepas dari proses pengelolaan yang dilakukan oleh pihak pengelola. Melalui pengelolaan ini akan dapat memastikan peningkatan terhadap perkembangan suatu daerah. Pengelolaan yang baik akan dapat memberikan pengembangan yang signifikan pada suatu daerah yang berpotensi dibidang wisata. *Smart tourism* merupakan sebuah konsep yang menggabungkan teknologi informasi dan komunikasi dengan wisata desa yang ada untuk menciptakan pengelolaan wisata desa yang lebih baik.

Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis berbatasan langsung dengan Desa Karyamukti dan Desa Cigayam untuk di sebelah Utara, sebelah Timur dengan Desa Cigayam, sebelah Selatan dengan Desa Bungur Raya Kabupaten

Pangandaran dan sebelah Barat dengan Desa Cikupa. Desa Banjaranyar terdiri dari 7 dusun, yang dibagi menjadi 38 RT dan 7 RW, yakni:

**Tabel 1. Jumlah RW dan RT**

Nama Dusun	Jumlah RW	Jumlah RT
Banjaranyar	1	6
Bulaksitu	1	5
Karanglegok	1	4
Karangsari	1	7
Sindangasih	1	3
Sukamaju	1	7
Sukanegara	1	6

Sumber: Desa Banjaranyar, 2023.

Di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis memiliki beberapa potensi wisata yaitu wisata alam seperti Curug Gumawang dan Goa Sulanjana dengan luas sekitar 3 hektar tanah perbukitan, wisata edukasi seperti *Breeding Center* dan Kampung Madu serta wisata religi atau keagamaan seperti Cagar Budaya Pangrumasan. Namun beberapa tempat wisata yang sebelumnya dibuka justru terbengkalai dan tidak lagi kondusif dari segi pengelolaan akibat dampak Pandemi *Covid-19*.

Kampung madu ialah suatu wilayah berada di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar yang mayoritas

penduduknya membudidaya lebah penghasil madu seperti Lebah Trigona (Teuweul) dan Lebah Apis Cenara (Nyiruan). Komitmen desa terhadap para petani Kampung Madu mendorong Desa Banjaranyar mengambil langkah berani dengan mendirikan pusat penangkaran produsen madu yang juga akan digunakan sebagai pusat pengelolaan dan pemasaran madu yang dihasilkan oleh Kampung Madu sendiri yang dikenal sebagai *Breeding Center* (pusatnya Trigona unggul Jawa Barat).



**Gambar 1. Breeding Center**

Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.

Pembangunan *Breeding Centre* sudah menuju ke tahap perkembangan, hal ini sudah dapat dilihat dari berbagai jenis bunga yang sudah mulai tumbuh dan mekar serta berbagai jenis kotak-kotak penyimpanan madu yang akan di budidaya. Untuk ke depannya, pembangunan *Breeding Centre* ini akan sampai ke titik dimana akan menjadi sebuah wisata dengan menampilkan sinema animasi berupa kartun dengan tujuan edukasi tentang proses terbentuknya berbagai jenis madu.

Cagar Budaya Pangrumasan yang merupakan peninggalan dari Kyai Bagus Santri Apu Putera seorang ulama

penyebarnya agama Islam di Banjaranyar. Di lokasi ini terdapat bangunan yang diberi nama Bale Bandung berisikan benda-benda pusaka peninggalan Kyai Bagus Santri Apu Putera. Terdapat dua tradisi di Cagar Budaya Pangrumasan yaitu tradisi jamasan (tradisi memandikan benda pusaka yang ada di Bale Bandung) dan tradisi ziarah setiap jumat kliwon.

Dari hasil pengamatan penulis, diketahui bahwa Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis belum optimal dalam pengelolaan wisata berbasis *smart tourism*. Hal ini terlihat dari beberapa indikator sebagai berikut:

- 1) Adanya pengelolaan yang tidak kondusif terhadap potensi wisata edukasi di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis pasca Pandemi *Covid-19*.
- 2) Kurang maksimalnya perawatan serta adanya kerusakan infrastruktur untuk menuju ke lokasi wisata edukasi di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis.
- 3) Adanya sikap dari sebagian masyarakat setempat yang belum sepenuhnya mendukung perkembangan terhadap potensi wisata edukasi di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis.
- 4) Adanya kendala di bidang finansial yang harus dikeluarkan oleh Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis.

Berdasarkan indikator-indikator tersebut maka penulis membuat rumusan masalah yaitu bagaimana analisis pengelolaan wisata berbasis *smart tourism* di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **1. Analisis**

Menurut Situmorang dan Lufti (2014:9) analisis data bertujuan untuk menyusun data dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami. Proses analisa dapat memudahkan bagi peneliti untuk mendeskripsikan suatu data sebagai informasi untuk menjawab suatu permasalahan atau konflik yang terjadi.

Helaluddin & Wijaya (2019:99) menjelaskan bahwa analisis data merupakan suatu upaya dalam menguraikan suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian sehingga susunan dan tatanan bentuk sesuatu yang diurai tersebut tampak dengan jelas terlihat dan mudah dicerna atau ditangkap maknanya.

Dari pendapat di atas maka penulis menyatakan bahwa analisis merupakan proses pencarian suatu fakta melalui data yang tersedia.

### **2. Pengelolaan**

Dalam tata kelola organisasi bahwa pengelolaan merupakan pemanfaatan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan. Walaupun berbagai kegiatan dapat dilakukan dengan pengendalian, namun nilai baik atau buruknya hasil

belum dapat ditentukan. Hal ini tergantung bagaimana pemegang keputusan memanfaatkan kemungkinan yang ada. Artinya bahwa berbagai macam kegiatan yang dikelola belum memberikan kepastian yang menguntungkan karena hal tersebut dipengaruhi oleh kinerja pimpinan organisasi.

Menurut Munandar, *et al.* (2014:1) manajemen berarti proses mengoordinasi kegiatan atau aktivitas kerja sehingga dapat diselesaikan secara efisien serta efektif dengan dan melalui orang lain. Firmansyah dan Mahardhika (2018:1-2) menjelaskan bahwa pengertian manajemen ada tiga yaitu manajemen sebagai proses, manajemen merupakan kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen dan manajemen adalah suatu seni atau suatu ilmu.

Baik antara manajemen dan pengelolaan adalah suatu konsep yang sama dengan menekankan pada proses untuk mencapai tujuan. Dengan demikian, pengelolaan adalah proses manajemen dengan memanfaatkan sumber daya dan menjalankan fungsi-fungsi organisasi.

### **3. Smart Tourism**

*Smart Tourism* merupakan wadah pariwisata yang menyatukan objek-objek wisata menjadi kesatuan yang harus dikembangkan. Membaurkan komunitas jasa pariwisata dengan menyediakan layanan perencanaan perjalanan yang memungkinkan calon wisatawan dapat dengan mudah

merencanakan perjalanannya sesuai preferensi dan anggarannya. Tujuan penerapan *Smart Tourism* adalah agar destinasi wisata yang dikembangkan menjadi destinasi wisata berkelanjutan.

Menurut Fauziah Hanum, dkk. (2020) menjelaskan dalam penerapan konsep yang cerdas seperti *Smart Tourism* dalam pariwisata dapat memberikan pengalaman pariwisata dan kesejahteraan masyarakat yang lebih baik, meningkatkan efisiensi daya saing dan tujuan bisnis, serta mengarah pada keberlanjutan daya saing secara keseluruhan. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi menjadi peluang yang baik untuk meningkatkan daya saing di bidang pariwisata. Teknologi digunakan sebagai media komunikasi yang efektif dalam melakukan peningkatan objek wisata. Maksudnya inovasi teknologi dan inovasi komunikasi ini dapat memberikan peningkatan dan keuntungan bagi industri pariwisata. Dan konsep *Smart Tourism* ini adalah hasil dari inovasi-inovasi dibidang teknologi dan komunikasi.

#### **4. Kepariwisataan**

Pariwisata adalah perjalanan ke suatu tempat yang sering digunakan sebagai objek edukasi, rekreasi dan sebagai objek dalam berbisnis. Pariwisata masih menjadi pusat perhatian dikalangan masyarakat baik masyarakat nasional maupun masyarakat dunia. Masyarakat yang sedang berkunjung ke tempat wisata disebut wisatawan. Wisatawan sering

menjadikan wisata sebagai tempat hiburan atau bermain atau mencari kesenangan, sebagai tempat untuk melepas penat dan sebagai tempat untuk memulihkan kestabilan emosi. Akan tetapi, dengan berwisata juga dapat memberikan pengetahuan baik terkait sosial, fakta, budaya, sejarah, keunikan-keunikan, makanan dan pengetahuan terapan lainnya. Dan bagi para pengusaha, pariwisata menjadi tempat untuk mencari keuntungan-keuntungan dari hasil penjualan barang dan jasa, karena bagi seorang pengusaha, pariwisata adalah sumber penghasilan yang tidak akan pernah padam sampai kapan pun, karena daya Tarik masyarakat terhadap wisata relatif tinggi. Hal ini disebabkan oleh faktor alami dalam tubuh manusia yang membutuhkan tempat hiburan sebagai penghilang stres karena aktivitas berat, sebagai sumber pengetahuan, sebagai titik dalam memperat hubungan baik keluarga maupun lainnya, dan sebagai tempat untuk menciptakan karya. Pariwisata dapat terbentuk secara alami dan buatan. Ketika tidak ada tempat alamiah yang dapat dijadikan lokawisata maka objek wisata dapat dibuat atau diciptakan dengan ide dan kreatifitas tangan manusia.

Dalam mengembangkan kepariwisataan tidak akan luput dari strategi yang digunakan pengelola dalam memanfaatkan peluang pasar. Strategi adalah cara dalam mencapai tujuan. Strategi alternatif dalam

mengembangkan wisata yaitu melakukan promosi.

Chamdani (2018) menyebutkan beberapa hal yang menjadi indikator dalam pembuatan strategi untuk mengembangkan kepariwisataan yaitu:

a. Strategi komunikasi

Komunikasi menjadi hal yang berpengaruh terhadap perkembangan suatu wisata. Komunikasi dimaknai sebagai proses interaksi secara mendalam terhadap informan yang dilakukan oleh komunikator sehingga terbentuknya reaksi sebagai hasil dari interaksi yang dilakukan. Menurut Chamdani (2018) strategi komunikasi berhubungan dengan jenis strategi dan media apa yang digunakan, cara memaknai komunikasi dari beberapa aspek seperti aspek pesan, aspek kemasyarakatan dan aspek sumber (komunikator).

b. Strategi pemasaran pariwisata

Pemasaran sebagai sarana dalam mengembangkan pariwisata suatu daerah. Chamdani (2018:54) menyebutkan bahwa *marketing proses* dapat memberi peningkatan terhadap kepuasan pelanggan, sebagai berikut:

- Analisis SWOT produsen jasa pariwisata.
- Penentuan target.
- Perencanaan *marketing mix*.
- Menciptakan produk yang tepat.

- Menentukan harga yang tepat dan mendistribusikan secara efektif.
- Melakukan promosi.
- Evaluasi hasilnya.

c. Model dan strategi kreatif

Konsep model dengan pendekatan empati (memperhatikan kondisi lingkungan, unsur-unsur dan harapan masyarakat) sebagai alternatif dalam menyelesaikan persoalan-persoalan terkait dengan perkembangan pariwisata. Oleh karena itu, perlunya penelitian pengembangan pariwisata kreatif yang mana menurut Chamdani (2018:77-78) menjelaskan 6 (enam) langkah yang menjadi acuan dalam penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Dalam pengelolaan pariwisata kreatif peran pemerintah harus cepat tanggap (*fast respon*) dalam memanfaatkan peluang untuk kemakmuran masyarakat. Dengan ini, pemerintah harus menyiapkan kebijakan yang mampu mendukung pengembangan pariwisata kreatif.
2. Melakukan pemetaan terhadap potensi pariwisata kreatif. Hal yang mesti diperhatikan dalam penataan potensi ini yaitu nilai karakteristik, infrastruktur, nilai (*value*) atau sesuatu yang dianggap kelebihan yang memberi keuntungan serta kemampuan potensi dalam memainkan aktivitas perekonomian (mampu menopang perekonomian).

3. Menyusun rencana investasi dan pembangunan. Dalam penyusunannya harus memperhatikan faktor pendukung pembangunan pariwisata seperti telekomunikasi, akses jalan menuju tempat pariwisata, transportasi yang dapat digunakan berjenis apa, dan lain sebagainya.
4. Menciptakan kualitas SDM yang tangguh di bidang pariwisata. Artinya kesesuaian kemampuan dibidang kepariwisataan menjadi hal yang perlu dalam melakukan pengelolaan pengembangan pariwisata kreatif.
5. Melakukan strategi pemasaran yang baik. Artinya baik disini adalah strategi yang dibuat secara matang melalui proses ilmiah analitis yang sistematis di bidang pariwisata.
6. Adanya dukungan dan kerja sama antara pemerintah, investor/swasta, perbankan dan masyarakat dalam menjalankan strategi ini.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sugiyono (2022) menjelaskan bahwa penggunaan metode kualitatif akan mendapatkan data secara mendalam. Pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini dengan model Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian

data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi maka peneliti menggunakan teori Chamdani (2018) tentang indikator pembuatan strategi untuk mengembangkan kepariwisataan adalah sebagai berikut:

- a. Strategi komunikasi
- b. Strategi pemasaran pariwisata
- c. Model dan strategi kreatif

Strategi komunikasi yang ditemukan di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis dalam mengembangkan kepariwisataan desa yang memiliki potensi wisata yaitu strategi komunikasi persuasif dan pengembangan citra serta pemanfaatan potensi wisata yang dimiliki oleh desa. Pemerintah desa bersama masyarakat bekerjasama untuk meningkatkan wisata di area tertentu saja atau memilih salah satu potensi wisata yang akan dikembangkan terlebih dahulu, sementara pengembangan citra dan pemanfaatan itu sendiri adalah pemerintah desa bersama masyarakat bekerjasama mengembangkan citra dari wisata edukasi *breeding centre* itu sendiri dan memaksimalkan pemanfaatannya untuk warga lokal terlebih dahulu sebelum mengenalkannya pada daerah luar.

Strategi pemasaran pariwisata di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis mengambil strategi pemasaran

mengembangkan suatu produk wisata dari wisata edukasi *Breeding Centre* itu sendiri yaitu produksi madu, juga mengembangkan pelayanan yang baik untuk para pengunjung yang datang ke *Breeding Centre*. Namun sayangnya dalam strategi pemasaran, *Breeding Centre* di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis ini masih kurang dalam pemasaran secara digital, peningkatan infrastruktur dan fasilitas, sarana dan prasarana, kerjasama dengan para pengembang pemasaran, juga kurang aktif dalam media sosial.

Model dan Strategi Kreatif di Desa Banjaranyar Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis yaitu strategi menjadikan pengelolaan usaha desa menjadi sebuah wisata edukasi yang saat ini sedang dikembangkan. wisata edukasi *Breeding Centre* ini diharapkan akan menjadi salah satu wisata edukasi yang jarang ditemui, karena cukup jarang ditemui maka saat strategi pemasaran dimaksimalkan akan mempengaruhi menarik minat pengunjung untuk mengetahui wisata edukasi ini, dan hal ini juga akan berimbas pada pendapatan desa itu sendiri.

## **KESIMPULAN**

Sebagai desa yang memiliki potensi wisata, Desa Banjaranyar masih terus berusaha mengembangkan potensi desa agar wisata edukasi yang sedang dikembangkan itu menjadi sumber

pendapatan desa, dengan tujuan menjadikan masyarakat lebih sejahtera .

Wisata edukasi *Breeding Centre* yang sebagian besar dikelola langsung oleh masyarakat itu menjadikan kedekatan antara pemerintah dan masyarakat dalam proses pengembangannya. Hal ini adalah hal yang baik, dengan melakukan kolaborasi antara masyarakat dan pemerintah desa maka dalam proses pengembangan wisata edukasi itu sendiri tidak ada pihak yang terlalu diberatkan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Chamdani, U. (2018). *Indikator Strategi Pengembangan Kepariwisataaan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Helaluddin & Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif Sebuah: Tinjauan Dari Teori dan Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Amerta, I. M. S. (2019). *Pengembangan Pariwisata Alternatif*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Ismi Arifiana Rahmandari, Sutardi, Rido Ashabul Kahfi, Lalu Ahmad Rahmad, I Made Putra Suryantara, & MS Hambali. (2024). Analisis Peran Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Potensi Wisata Guna Meningkatkan Penghasilan Asli Desa Di Desa Dasan Geria Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat Tahun

2021. *Kybernology Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Administrasi Publik*, 2(1). Retrieved From <https://Journal.Wiyatapublisher.Or.Id/Index.Php/Kybernology/Article/View/90>
- Maya Rahmawati, Regi Refian Garis, & Asep Nurdin Rosihan Anwar. (2023). Village Head's Leadership In Implementing Community Empowerment In Karangkamiri Village, Langkaplancar District, Pangandaran District. *Kybernology Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Administrasi Publik*, 1(1), 1–12. Retrieved from <https://journal.wiyatapublisher.or.id/index.php/kybernology/article/view/35>
- Dani Adiwijaya. (2023). Persuasive Leadership Style Of The Head Of Sindangsari Village, Cimerak District Pangandaran District. *Kybernology Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Administrasi Publik*, 1(1), 13–25. Retrieved from <https://journal.wiyatapublisher.or.id/index.php/kybernology/article/view/37>
- Nurkhalis. (2024). Akselerasi Pengembangan Wisata Halal Berbasis Budaya Dan Potensi Daerah Aceh Dengan Prinsip Moderasi Dan Pengembangan UMKM. *Journal Education and Government Wiyata*, 2(3), 251–272. Diambil dari <https://journal.wiyatapublisher.or.id/index.php/e-gov/article/view/118>
- Juniawan, R. (2023). Strategy Of Village Government In Building Resilience Local Economic Potentials In Banjarharja Village Kalipucang District Pangandaran . *Journal Education and Government Wiyata*, 1(2), 106–117. Diambil dari <https://journal.wiyatapublisher.or.id/index.php/e-gov/article/view/8>
- Munandar, J. M., et al. (2014). *Pengantar Manajemen: Panduan Komprehensif Pengelolaan Organisasi*. IPB Press: Bogor.
- Prapita, E. D. (2018). *Pengembangan Desa Wisata*. Sukoharjo: CV Graha Printama Selaras.
- Situmorang, S. H., & Lufti, M. (2014). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis (edisi 3)*. Medan: USU Press.
- Ramdani, W. (2023). The Role Of Karang Taruna Bina Bakti Remaja In The Development Of Goa Tourist Objects Parangpangdi Village Sidamulih Pangandaran District. *Journal Education and Government Wiyata*, 1(2), 118–128. Diambil dari <https://journal.wiyatapublisher.or.id/index.php/e-gov/article/view/7>