



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2026) pp: 11488-11494

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Inovasi dan Kreatifitas Produk Jus Buah Dalam Program Kewirausahaan Mahasiswa JUZE of STORY

Achmad Kefin¹, Octa Ferda Mulyadewi², Anik Zuhriyatul Mahmudah³, Alifia Maria Ulfa⁴, Muhammad Efendy⁴
Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

*e-mail: ach.kefinstiemahardhika@gmail.com

Abstrak

Students are the young generation with great potential to create innovation and creativity that can bring positive change to society. One example of a successful student creative product is fruit juice. Fruit juice is a drink made from fresh fruit and can be a healthy alternative for the community. The Student Entrepreneurship Program (PKM) of STIE Mahardhika Surabaya that we implemented focuses on the development of fruit juice that is managed and innovated in a modern way. This article discusses the development of a refreshing and nutrient-rich fruit juice product. These students created a unique fruit juice product by adding a quote on each package. The juice-making workshop taught students how to select high-quality ingredients and an effective production process. They also received mentoring in creating a successful business plan and digital marketing strategy to reach a wider market. The results of this program show that the development of new juice products not only improves students' entrepreneurial skills but also helps the local economy by creating jobs and raising awareness of the importance of a healthy lifestyle. Thus, this program serves as a concrete example of how student entrepreneurship programs can produce innovative, sustainable products that are relevant to current market needs. It is hoped that this program can inspire other institutions to encourage students to become entrepreneurs.

Keywords: Juice Innovation, Student Entrepreneurship, Contemporary Fruit Juice, Digital Marketing.

1. Latar Belakang

Di masa kini yang semakin berkembang pesat karena teknologi dan digitalisasi, cara berpikir serta tingkah laku anak muda telah berubah secara signifikan, terutama Generasi Zillennial. Generasi ini merupakan peralihan antara Generasi Z dan Milenial. Mereka tumbuh di tengah dunia yang sudah terhubung secara digital dan penuh inovasi. Internet, media sosial, serta kemajuan teknologi menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari mereka, memengaruhi cara mereka bekerja, berkomunikasi, terutama dalam berbisnis. Perkembangan zaman yang begitu cepat tidak bisa dipungkiri lagi, sehingga memengaruhi berbagai aktivitas masyarakat di seluruh dunia, terutama dalam era digital saat ini. Generasi Zillennial, yang sering disebut sebagai peralihan antara Generasi Z dan Milenial, memiliki ciri khas tersendiri dalam menghadapi dunia kerja dan bisnis. Mereka lahir di tengah perkembangan teknologi, globalisasi, dan transformasi digital yang mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk kewirausahaan (Prensky, 2001). Hal ini tidak terlepas dari jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia yang mencapai 4,76 miliar pada Januari 2023 (Databoks, 2023).

Kewirausahaan memberikan banyak manfaat bagi generasi milenial dan generasi Z, terutama dalam konteks pengembangan keterampilan, pembuatan lapangan kerja, dan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Pertama, kewirausahaan memberikan kesempatan bagi anak muda untuk meningkatkan keterampilan yang dibutuhkan di dunia kerja. Menurut penelitian Mamari et al. (Mamari et al., 2020), keterampilan seperti inovasi

dan kreativitas sangat penting dalam mengembangkan kegiatan kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa anak muda yang terlibat dalam kewirausahaan dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan di pasar kerja yang kompetitif. Selanjutnya, kewirausahaan juga bisa menjadi sarana untuk menciptakan lapangan kerja. Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) adalah program prioritas LLDIKTI yang pelaksanaannya didelegasikan kepada perguruan tinggi, dimaksudkan untuk menjembatani mahasiswa memasuki dunia bisnis riil melalui fasilitas "startupbusiness". Mahasiswa (secara individu atau kelompok) yang mempunyai minat dan bakat kewirausahaan dipacu untuk memulai berwirausaha dengan basis IPTEKS yang sedang dipelajarinya. Fasilitas yang diberikan meliputi : pendidikan dan pelatihan (diklat) kewirausahaan, magang, penyusunan rencana bisnis, dukungan pinjaman modal, dan pendampingan usaha.

Pada implementasinya, perguruan tinggi dalam hal ini bekerja sama dengan berbagai pihak dalam bimbingan praktis wirausaha mulai dari diklat, magang, penyusunan rencana bisnis, dan pendampingan.

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di masa sekarang ini mengharuskan kita untuk mengikutinya, dimanadalam perkembangannya sangat dibutuhkan peluang usaha dari bidang apapun tak terkecuali bidang food and drink. Berbisnis makanan adalah salah satu cara cepat meraih keuntungan berlipat. Salah satu jenis yang layak kita coba adalah berbisnis jus buah segar. Penyuka minuman sehat datang dari berbagai kalangan.

Menanggapi fenomena tersebut kami melihat peluang yang cukup potensial dalam menghasilkan suatu produk yang dapat diminati oleh masyarakat dari berbagai usia, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. Produk tersebut adalah Jus Buah Segar yang kami beri nama JUZE of STORY.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian dengan deskriptif fenomena, dimana tumbuh bergerak secara langsung dalam mengapresiasi kondisi yang ada di daerah penjualan. Adapun wilayah Surabaya dan Sidoarjo Jawa Timur untuk memperoleh data yang komprehensif tentang inovasi jus buah kekinian dalam program kewirausahaan ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data, antara lain: Wawancara Mendalam: yaitu dengan Ibu Zsa Zsa Izazi, S.I.Kom., M.M selaku dosen pembimbing kami dalam Program Kewirausahaan Mahasiswa

- a. **Observasi** : Observasi merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung pada lapangan. Peneliti melakukan observasi langsung di lokasi usaha untuk melihat dinamika operasional, inovasi produk, dan interaksi dengan pelanggan.
- b. **Survei Pelanggan** : Untuk mendapatkan feedback dari pelanggan mengenai produk jus buah kekinian yang ditawarkan, dilakukan survei dengan menggunakan face to face atau pertanyaan langsung yang berisi pertanyaan terkait kualitas produk, cita rasa, inovasi, serta kepuasan pelanggan.
- c. **Studi Dokumentasi** : Mengumpulkan data sekunder berupa laporan atau dokumen terkait dengan pendirian dan perkembangan usaha "Juze of Story", seperti rencana bisnis, laporan keuangan, atau catatan pemasaran.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Inovasi Jus Buah Juze of Story STIE Mahardhika Surabaya

Inovasi jus buah yang dikembangkan dalam program kewirausahaan mahasiswa, Juze of Story tidak hanya menciptakan produk yang sehat saja, tetapi juga dapat menarik minat konsumen muda. Juze of Story hadir dengan berbagai varian rasa yang menggunakan bahan- bahan segar dan alami, serta dikemas secara menarik untuk memenuhi selera pasar. Produk kami menawarkan variasi jus buah yang dapat disesuaikan dengan tren kekinian, seperti jus dengan tambahan quote pada setiap kemasannya dan menggunakan kemasan botol yang estetik. Salah satu keunggulan dari Juze of Story ini adalah berfokus pada keunikan kemasan sehingga dapat muda menjangkau lebih banyak pasar.

3.2 Peran UMKM Jus Buah dalam Meningkatkan Kesehatan Masyarakat

UMKM penjual jus buah berperan besar dalam meningkatkan kesehatan masyarakat karena menyediakan minuman yang berasal dari buah segar dan kaya akan vitamin, mineral, serta antioksidan. Dari hasil observasi di lokasi penjualan jus buah di Kota Medan, terlihat banyak orang yang membeli, mulai dari anak-anak, pelajar, mahasiswa, hingga orang dewasa. Perubahan ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin mengutamakan minuman yang sehat. Mayoritas konsumen tidak hanya menyukai rasa segar dari jus, tetapi juga membelinya untuk alasan kesehatan, seperti menjaga berat badan, meningkatkan stamina, dan beralih dari minuman kemasan yang mengandung gula tinggi. Pengetahuan masyarakat tentang manfaat buah semakin meningkat, sehingga UMKM yang mengolah jus menjadi bagian dari perubahan gaya hidup sehat (Yanti et al., 2025).

UMKM ini tidak hanya menjual minuman sehat tetapi juga menjadikan mereka sebagai alat edukasi mengenai pentingnya mengkonsumsi jus buah segar. Dalam hal komposisi produk, sebagian besar UMKM jus buah menggunakan bahan dari petani lokal, seperti jeruk, alpukat, mangga, dan buah lainnya yang kaya akan nutrisi, terutama vitamin C, serat, antioksidan, kalium, serta asam folat. Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, varian yang paling laku terjual adalah jus alpukat. Menurut (Dina & Elisabeth, 2025), inovasi jus dari bahan alami seperti ini sangat penting dalam mendukung pola makan seimbang di kalangan masyarakat kota. Sementara itu, sudah ada teknologi seperti alat cold pressed juicer yang membantu mempertahankan kualitas nutrisi tanpa menggunakan bahan pengawet (Alfani et al., 2025).

3.3 Proses Pengembangan Produk

Pengembangan produk jus buah kekinian ini diawali dengan riset pasar untuk mengetahui tren dan preferensi konsumen saat ini. Mahasiswa yang terlibat dalam program kewirausahaan ini kemudian melakukan eksperimen untuk menemukan kombinasi rasa dan bahan yang dapat menarik perhatian konsumen. Selain itu, kemasan produk juga diperhatikan untuk menciptakan kesan modern dan fungsional. Produk yang dihasilkan juga mencerminkan upaya untuk mengedepankan keberlanjutan, seperti penggunaan bahan baku lokal dan kemasan yang ramah lingkungan.

3.4 Pemasaran dan Strategi Penjualan

Strategi pemasaran Juze of Story dilakukan dengan pendekatan digital, memanfaatkan media sosial dan platform online untuk menjangkau konsumen muda yang aktif di dunia maya. Selain itu, mahasiswa juga terlibat langsung dalam kegiatan promosi di kampus dan area sekitar STIE Mahardhika. Keunggulan produk yang terus diinformasikan melalui berbagai kanal ini meningkatkan awareness dan minat konsumen terhadap produk jus buah kekinian.

1. Strategi Pemasaran 4P

Strategi pemasaran 4P adalah kerangka kerja “JUZE of STORY” yang kami gunakan untuk merencanakan dan mengelola kegiatan pemasaran kami, yaitu:

a) Produk (Product):

JUZE of STORY menawarkan produk **jus buah segar berbahan alami** yang diolah dari buah pilihan tanpa bahan pengawet, pewarna, maupun pemanis buatan. Produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan minuman sehat yang aman dan menyegarkan.

b) Harga (Price):

Strategi harga JUZE of STORY ditetapkan dengan mempertimbangkan biaya produksi, daya beli target pasar, serta harga produk pesaing. Produk diposisikan sebagai minuman sehat berkualitas dengan harga terjangkau, sehingga dapat dijangkau oleh mahasiswa dan masyarakat umum. Penetapan harga dilakukan secara kompetitif tanpa mengurangi kualitas bahan baku. Selain itu, JUZE of STORY juga menerapkan strategi harga promosi, seperti diskon pembelian paket, harga khusus pada event tertentu,

dan potongan harga untuk pelanggan tetap guna meningkatkan volume penjualan dan loyalitas konsumen.

c) Tempat (Place):

JUZE of STORY memanfaatkan saluran digital sebagai media distribusi, seperti pemesanan melalui WhatsApp, Instagram, dan media sosial lainnya. Sistem pre-order juga diterapkan untuk menjaga kesegaran produk dan meminimalkan risiko kerugian akibat produk tidak terjual.

d) Promosi (Promotion):

Strategi promosi JUZE of STORY dilakukan secara aktif melalui media sosial, terutama Instagram dan TikTok, dengan menampilkan konten menarik seperti proses pembuatan jus, manfaat buah, testimoni pelanggan, serta cerita di balik setiap varian produk. Promosi penjualan juga dilakukan melalui pemberian diskon, paket bundling, dan promo khusus pada momen tertentu seperti acara kampus atau kegiatan komunitas. Selain itu, strategi word of mouth diterapkan dengan memberikan pelayanan yang baik agar konsumen secara sukarela merekomendasikan JUZE of STORY kepada orang lain.

2. Strategi Digital Marketing

Perkembangan teknologi digital dan media sosial memberikan peluang besar bagi JUZE of STORY untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan secara efektif dan efisien. Strategi digital marketing dirancang untuk membangun kesadaran merek (brand awareness), menarik minat konsumen, serta menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

JUZE of STORY memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp sebagai sarana promosi utama. Strategi content marketing difokuskan pada penyampaian nilai edukatif dan emosional sesuai dengan konsep “of Story”. JUZE of STORY menyajikan konten berupa cerita di balik setiap varian jus, manfaat kesehatan buah, serta tips gaya hidup sehat. Konten ini bertujuan untuk membangun kedekatan emosional dengan konsumen dan memperkuat identitas merek.

JUZE of STORY mendorong konsumen untuk memberikan ulasan dan testimoni melalui media sosial. Testimoni positif kemudian dibagikan kembali sebagai konten promosi untuk meningkatkan kepercayaan calon konsumen. Untuk mempermudah akses pembelian, JUZE of STORY menyediakan sistem pemesanan online melalui WhatsApp dan media sosial. Sistem pre-order diterapkan untuk menjaga kesegaran produk dan meminimalkan risiko kerugian. Ke depan, usaha ini berpotensi dikembangkan melalui kerja sama dengan platform food delivery dan marketplace lokal.

3.5 Analisis Penerimaan Pasar

Dari hasil survei yang dilakukan terhadap konsumen, sebagian besar merasa puas dengan rasa jus yang ditawarkan serta inovasi yang diberikan, terutama dalam hal varian rasa dan pemilihan bahan baku yang segar dan alami. Beberapa responden juga memberikan masukan terkait keberagaman varian rasa, quote, serta saran untuk menambah variasi kemasan atau menurunkan harga agar lebih terjangkau bagi pelajar dan mahasiswa

Sejarah Jus Buah

Jus buah telah menjadi populer di kalangan masyarakat dalam beberapa tahun terakhir. Mahasiswa dari berbagai universitas telah menciptakan jus buah sebagai produk kreativitas mereka. Mereka menggunakan buah-buahan segar dan teknik pengolahan yang modern untuk menciptakan jus buah yang segar dan sehat.

Sejarah jus dapat ditelusuri kembali ke zaman kuno di mana manusia menggunakan berbagai metode untuk mengekstrak sari buah-buahan sebagai minuman. Metode-metode tersebut termasuk penekanan secara manual, pemerasan menggunakan alat sederhana, hingga penggunaan alat modern seperti juicer atau blender. Awalnya,

jus digunakan lebih sebagai sumber energi dan nutrisi daripada sekadar minuman yang enak. Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan kesadaran akan pentingnya konsumsi buah-buahan, jus menjadi semakin populer dan menjadi bagian penting dari gaya hidup sehat.

Manfaat Jus Buah

Jus buah adalah minuman yang kaya akan nutrisi dan memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh. Berikut adalah beberapa manfaat jus buah secara detail: Meningkatkan Sistem Imun Tubuh: Jus buah mengandung vitamin C dan antioksidan yang dapat membantu meningkatkan sistem imun tubuh dan melindungi tubuh dari penyakit. Mengurangi Risiko Penyakit Kronis: Jus buah mengandung antioksidan dan polifenol yang dapat membantu mengurangi risiko penyakit kronis seperti kanker, diabetes, dan penyakit jantung. Meningkatkan Energi dan Vitalitas: Jus buah mengandung gula alami dan elektrolit yang dapat membantu meningkatkan energi dan vitalitas tubuh. Membantu Menjaga Kesehatan Kulit: Jus buah mengandung vitamin A dan C yang dapat membantu menjaga kesehatan kulit dan mengurangi tanda-tanda penuaan. Membantu Menjaga Kesehatan Pencernaan: Jus buah mengandung serat dan enzim yang dapat membantu menjaga kesehatan pencernaan dan mengurangi risiko penyakit pencernaan. Membantu Menjaga Kesehatan Jantung: Jus buah mengandung kalium dan antioksidan yang dapat membantu menjaga kesehatan jantung dan mengurangi risiko penyakit jantung. Membantu Mengurangi Berat Badan: Jus buah mengandung serat dan air yang dapat membantu mengurangi berat badan dan menjaga berat badan ideal. Membantu Mengurangi Stres dan Kecemasan: Jus buah mengandung vitamin B dan magnesium yang dapat membantu mengurangi stres dan kecemasan.

Cara Membuat Jus Buah

Mahasiswa telah mengembangkan teknik pengolahan jus buah yang modern, antara lain: Menggunakan mesin blender untuk mengambil sari buah, cuci buah dengan air bersih untuk menghilangkan kotoran yang mungkin menempel di kulitnya, potong buah menjadi beberapa bagian sesuai selera dan resep, masukkan buah ke dalam alat blender, tambahkan gula atau susu kental manis dan air secukupnya, blender hingga mencair untuk mendapatkan sari buah atau jusnya, saring untuk memisahkan ampas dan mendapatkan cairan yang bening dan bersih jika diperlukan sajikan jus dalam gelas atau botol dan masukkan ke dalam kulkas atau tambahkan es batu agar dingin dan segar saat dikonsumsi.



Gambar 1. Hari ke-1 kegiatan PKM Fest STIE Mahardhika Surabaya 2025



Gambar 2. Hari ke-2 kegiatan PKM Fest STIE Mahardhika Surabaya 2025

4. Kesimpulan

Jus buah adalah contoh produk kreativitas mahasiswa yang sukses dalam meningkatkan kesehatan masyarakat. Dengan menggunakan buah-buahan segar dan teknik pengolahan yang modern, mahasiswa telah menciptakan jus buah yang segar dan sehat. Dengan strategi pemasaran yang tepat, jus buah dapat menjadi produk yang sukses dan membawa perubahan positif bagi masyarakat. Tidak hanya itu, tetapi juga para mahasiswa memperkenalkan cara berbisnis yang kreatif, inovatif, dan berkelanjutan. Program kewirausahaan ini dirancang untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar dan mengaplikasikan keterampilan kewirausahaan dalam menciptakan produk yang sesuai dengan tren pasar saat ini, yakni jus buah yang segar, bergizi, dan dapat menarik perhatian konsumen muda. Inovasi jus buah ini melibatkan pemilihan bahan-bahan alami yang sehat, variasi rasa yang menarik, serta pengemasan yang menarik dan ramah lingkungan, sehingga mampu memenuhi kebutuhan pasar yang semakin mengutamakan gaya hidup sehat. Program kewirausahaan ini juga memfokuskan pada pengembangan keterampilan manajerial, pemasaran, dan pengelolaan usaha yang efektif. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya belajar tentang teori kewirausahaan, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis dalam mengelola usaha mereka sendiri. Selama proses pelaksanaan Program Kewirausahaan Mahasiswa (PKM), mulai dari tahap perencanaan usaha, pengadaan bahan baku, proses produksi, hingga kegiatan pemasaran, JUZE of STORY mampu menunjukkan bahwa usaha minuman sehat dapat dijalankan secara efektif dengan memanfaatkan sumber daya yang terbatas namun dikelola secara optimal. Penggunaan buah segar tanpa bahan pengawet menjadi keunggulan utama yang memberikan nilai tambah bagi konsumen, sekaligus meningkatkan kepercayaan terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Strategi pemasaran yang diterapkan, baik melalui penjualan langsung maupun pemanfaatan media digital, terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan minat beli konsumen. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi memberikan dampak positif terhadap peningkatan brand awareness JUZE of STORY, terutama di kalangan mahasiswa dan generasi muda yang memiliki kesadaran tinggi terhadap gaya hidup sehat. Selain itu, konsep storytelling yang diterapkan dalam pemasaran turut memperkuat identitas merek dan menciptakan kedekatan emosional antara produk dan konsumen. Dari sisi manajerial, kegiatan PKM ini memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam mengelola usaha secara menyeluruh, termasuk pengaturan produksi, pengelolaan keuangan, pembagian tugas dalam tim, serta pengambilan keputusan bisnis. Pengalaman ini menjadi bekal penting bagi mahasiswa untuk menghadapi dunia kerja maupun membangun usaha secara mandiri di masa depan.

Referensi

- [1.] Qlausa, (2024). Jus: Asal Usul, Pengertian, Jenis, Bahan Dasar, dan Manfaatnya
- [2.] Rizal, F. (2023). Ini Cara Mudah Membuat Jus Jeruk Segar dan Kaya Nutrisi
- [3.] Jihanpenmas, (2025). Inovasi Jus Buah Kekinian Dalam Program Kewirausahaan Mahasiswa OTA Jus, 1-6
- [4.] Kefin, A., Zuhriyatul, A., Ferda, O., Maria, A., Efendy, M. (2025). Laporan Program Kewirausahaan Mahasiswa, 2 & 13
- [5.] Mamari, F., Mondal, S., Shukaili, A., & Kassim, N. (2020). Effect of self-perceived cognitive factors on entrepreneurship development activities: an empirical study from oman global entrepreneurship monitor survey. *Journal of Public Affairs*.
- [6.] Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently?. *On the horizon*, 9(6), 1-6.
- [7.] Yanti, N. A., Sugiati, L., & Rahmaniyah, S. (2025). "Peningkatan Pengetahuan Konsumen tentang Manfaat Buah untuk Meningkatkan Kesehatan Melalui UMKM Toko Buah di Fiona Fresh Fruit".
- [8.] *Jurnal Pengabdian Dan Edukasi Masyarakat*, 4(1), 65–74.
<https://jurnal.pbs.fkip.unila.ac.id/index.php/ela/article/view/620>
- [9.] Alfani, N. N. A., S, T. P., & M, G. (2025). Peran Teknologi Pangan dalam Mendukung Gizi Kuliner. *Optimal NFC Publisher*. <https://bookchapter.optimalbynfc.com/index.php/gizi-kuliner/article/view/88>
- [10.] Winarno, F. G. (2008). *Kimia Pangan dan Gizi*. Gramedia Pustaka Utama.
- [11.] Winarno, F. G. (2014). *Teknologi Pengolahan Buah dan Sayur*. M-Brio Press.
- [12.] Lawless, H. T., & Heymann, H. (2010). *Sensory Evaluation of Food: Principles and Practices*. Springer.
- [13.] Rahmawati, D., & Sari, P. (2021). Analisis Kelayakan Usaha Minuman Jus Buah Skala Kecil Mahasiswa. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 6(2), 45–53.
- [14.] Nurhayati, E., & Putra, R. A. (2020). Pengolahan Minuman Jus Buah sebagai Produk Inovasi Mahasiswa. *Jurnal Teknologi Pangan Lokal*, 4(1), 22–30
- [15.] Firadausi, A. R., & Sujatmiko, S. (2025). Analisis dampak kebijakan digitalisasi UMKM terhadap kinerja usaha mikro: Studi pada perusahaan Healthy Jus di Kota Malang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2)
- [16.] Badan POM RI. (2023). *Pedoman Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB) untuk Industri Rumah Tangga*.