



**Journal of Human And Education**

Volume 4, No. 1, Tahun 2024, pp 515-520

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

## **Pelatihan Pemasaran Berbasis Digital Bagi Ibu-Ibu PKK Dusun 1 Desa Penfui Timur**

**Faustina Mimung<sup>1</sup>, Aliana Jelita<sup>2</sup>, Yul Fransiska Pulo<sup>3</sup>, Johan Sarlito Thei<sup>4</sup>, Maria Droste Tae Asa Teti<sup>5</sup>, Angela Ismaniar Helmin Betan<sup>6</sup>, Maria Fransiska Collyn<sup>7</sup>, Monika Anggela Kehi<sup>8</sup>, Emiliana Martuti Lawalu<sup>9</sup>, Agnes Susanti Indrawati<sup>10\*</sup>**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis<sup>1,2,3,4,5,6</sup>

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis<sup>7</sup>

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis<sup>8,9,10</sup>

Universitas Katolik Widya Mandira<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10</sup>

Email: [agnesusantiindrawati9@gmail.com](mailto:agnesusantiindrawati9@gmail.com)<sup>10\*</sup>

### **Abstrak**

Desa Penfui Timur, terutama Dusun 1, dikenal sebagai produsen kain tenun ikat. Meskipun begitu, masyarakat di Desa Penfui Timur belum sepenuhnya dapat mengoptimalkan atau menghasilkan produk inovatif yang berbahan dasar kain tenun ikat. Oleh karena itu, melalui kegiatan sosialisasi ini, diharapkan masyarakat Desa Penfui Timur dapat memanfaatkan potensi yang dimiliki, menjaga keberlanjutan hidup mereka. Pengabdian masyarakat ini memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi kepada perempuan, terutama ibu-ibu PKK, tentang kewirausahaan serta peluang bisnis di era digital dan masa depan, khususnya melalui kegiatan ekonomi kreatif. Dengan demikian, diharapkan para perempuan dapat mencapai kemandirian ekonomi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga bertujuan untuk memberdayakan masyarakat, terutama anggota PKK RT 003, guna meningkatkan penghasilan keluarga melalui pengelolaan kreatif sisa kain tenun. Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah metode kualitatif yang melibatkan kegiatan observasi dan wawancara dengan warga Desa Penfui Timur. Dampak dari pelaksanaan pengabdian ini mencakup peningkatan pengetahuan ibu-ibu PKK terkait konsep ekonomi kreatif, yakni dengan mengubah barang yang sudah tidak terpakai seperti sisa kain tenun menjadi produk bernilai jual. Selain itu, ibu-ibu PKK juga memperoleh pengetahuan tambahan dalam menciptakan produk inovatif dari sisa kain tenun dan memahami strategi pemasaran online. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, menciptakan peluang pekerjaan baru, meningkatkan daya saing produk kerajinan lokal, serta melestarikan budaya dan tradisi setempat. Sehingga, diharapkan masyarakat di Desa Penfui Timur dapat optimal dalam memanfaatkan potensi yang ada untuk menjaga kelangsungan hidup mereka.

**Kata Kunci:** *Ekonomi Rumah Tangga, Kerajinan Tangan Bahan Lokal, Pemasaran Online*

### **Abstract**

Penfui Timur Village, especially Hamlet 1, is known as a producer of ikat woven fabric. Even so, the community in Penfui Timur Village has not been able to fully optimize or produce innovative products made from ikat woven fabric. Therefore, through this socialization activity, it is hoped that the people of Penfui Timur Village can take advantage of their potential, maintaining the sustainability of their lives. This community service aims to convey information to women, especially PKK mothers, about entrepreneurship and business opportunities in the digital era and the future, especially through creative economic activities. Thus, it is hoped that women can achieve economic independence. This community service activity also aims to empower the community, especially PKK RT 003 members, to increase family income through creative management of woven fabric scraps. The method applied in the implementation of this service is a qualitative method involving observation and interviews with residents of East Penfui Village. The impact

Copyright : Faustina Mimung, Aliana Jelita, Yul Fransiska Pulo, Johan Sarlito Thei, Maria Droste Tae Asa Teti, Angela Ismaniar Helmin Betan, Maria Fransiska Collyn, Monika Anggela Kehi, Emiliana Martuti Lawalu, Agnes Susanti Indrawati

of the implementation of this service includes increasing the knowledge of PKK women regarding the concept of creative economy, namely by converting unused items such as leftover woven fabrics into valuable products. In addition, the women also gained additional knowledge in creating innovative products from leftover woven fabrics and understanding online marketing strategies. This service aims to increase community income and welfare, create new job opportunities, increase the competitiveness of local handicraft products, and preserve local culture and traditions. Thus, it is hoped that the community in Penfui Timur Village can optimally utilize the existing potential to maintain their survival.

**Keywords:** *Home Economics, Local Handicrafts, Online Marketing*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia memiliki potensi ekonomi yang besar, terutama di pasar domestik dan internasional, karena keanekaragaman budaya dan keunikan keahliannya. Kerajinan tangan tidak hanya mencerminkan keragaman budaya tetapi juga berpotensi menjadi sumber peningkatan keuangan rumah tangga. Namun, banyak rumah tangga di Indonesia, terutama di daerah pedesaan, masih menghadapi tantangan ekonomi karena terbatasnya kesempatan kerja, rendahnya akses terhadap pendidikan, dan kurangnya keterampilan. Membuat kerajinan tangan dengan menggunakan bahan lokal bisa menjadi peluang untuk memperkaya keuangan ataupun pendapatan rumah tangga (Solihah et al., 2022). Kerajinan tangan tidak hanya memberikan sumber pendapatan tambahan, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya lokal. Di era digital saat ini, pemasaran online menjadi solusi efektif untuk mempromosikan dan menjual produk perajin secara lebih luas (Robby Aditya, 2023).

Peningkatan keterampilan pemasaran digital menjadi kebutuhan mendesak saat ini, terutama bagi perempuan yang aktif di organisasi perempuan PKK di pedesaan (Wijoyo et al., 2020); (Kato et al., 2023). Era digital menghadirkan peluang baru untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan efektivitas pemasaran produk lokal. Oleh karena itu, pelaksanaan pelatihan pemasaran digital bagi anggota PKK di Desa Penfui Timur dipandang sebagai langkah strategis untuk memperkuat kemampuan mereka dan memperluas peran mereka dalam pembangunan ekonomi lokal (Apriyani, Eka Meyti., 2023).

Desa Penfui Timur merupakan salah satu desa di Kabupaten Kupang yang memiliki potensi ekonomi kreatif yang besar, dengan beragam bahan baku lokal yang dapat diolah menjadi produk bernilai ekonomi. Namun masih banyak warga Desa Penghui Timur yang belum memiliki keterampilan atau pengetahuan untuk memanfaatkan potensi bahan baku tersebut secara maksimal. Selain itu, akses terhadap produk pemasaran online juga terbatas karena ketidaktahuan ibu-ibu PKK ataupun pelaku UMKM dalam memasarkan produk tersebut.

Untuk mengatasi tantangan ini, pemberdayaan ekonomi rumah tangga melalui sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital di Desa Penghui Timur menjadi penting. Salah satu strateginya adalah dengan menggunakan bahan-bahan lokal untuk membuat produk dan memasarkannya secara online. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan keluarga ibu-ibu PKK Dusun 1 Desa Penfui Timur, melestarikan budaya lokal, meningkatkan taraf hidup masyarakat, dan mengurangi pengangguran di desa (Indrawati, 2023).

Dalam konteks ini, tujuan dari pelatihan ini adalah untuk membekali ibu-ibu PKK dengan pengetahuan dan keterampilan penting agar mereka dapat menerapkan strategi pemasaran yang efektif melalui platform digital. Fokus pelatihan ini adalah penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan teknik pemasaran online lainnya. Kami berharap dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kemungkinan dan manfaat pemasaran digital, peserta dapat memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk lokal.

Kegiatan Pengabdian ini tidak hanya memberikan keterampilan praktis untuk mengelola kampanye pemasaran digital, namun juga memberikan dampak nyata terhadap pemberdayaan perempuan di tingkat desa, dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga dan mendukung keberlanjutan perekonomian lokal. Dalam hal ini, pelatihan pemasaran digital di Dusun 1 Desa Penfui Timur dianggap sebagai langkah penting untuk memajukan masyarakat desa dan meningkatkan daya saingnya dalam menghadapi era digital saat ini.

## METODE

Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul Pemberdayaan Ekonomi Rumah Tangga Melalui Pembuatan Kerajinan Menggunakan Bahan Lokal Dan Pemasaran Secara Online sebagai berikut:

Langkah pertama meminta kesediaan dari ibu-ibu PKK di RT 03 untuk mengikuti kegiatan sosialisasi “Pemberdayaan Ekonomi Rumah Tangga Melalui Pembuatan Kerajinan Menggunakan Bahan Lokal Dan Pemasaran Secara Online” tersebut. Kegiatan pengabdian diikuti oleh 20 peserta karena yang bersedia mengikuti kegiatan ini hanya 20 orang.

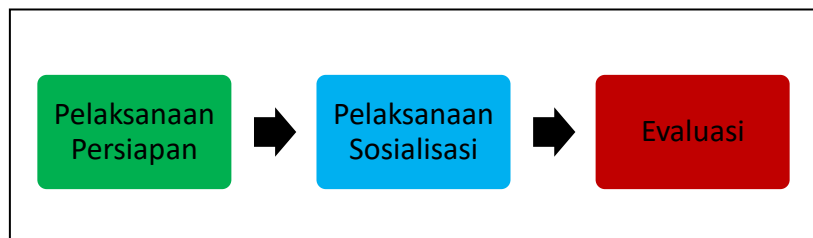
Langkah selanjutnya adalah menentukan pelaksanaan sosialisasi dan disepakati pelaksanaan sosialisasi dilakukan pada:

- a. Hari /tanggal : Selasa, 23 Januari 2024
- b. Waktu : 06.00 – sampai selesai
- c. Tempat : Rumah RT 03
- d. Peserta : Ibu - ibu PKK RT 03

Perumusan masalah dalam pengabdian pada masyarakat ini adalah :

Bagaimana cara memotivasi ibu-ibu rumah tangga khususnya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan keluarga dengan usaha ekonomi kreatif. Metode penyelesaian masalah dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan melakukan sosialisasi bagaimana cara mengolah sisa bahan kain perca dan cara-cara pemasarannya.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberikan sosialisasi mengenai pemberdayaan ekonomi rumah tangga dan pembuatan kerajinan bahan lokal dan pemasaran secara online kepada ibu-ibu PKK dilakukan 3 tahap seperti gambar 1 dibawah ini.



**Gambar 1.** Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

**Tahap persiapan:** di mulai dengan berkoordinasi bersama pemerintah Desa Penfui Timur untuk melakukan observasi dan studi dokumentasi terkait kondisi mitra. Selain itu, perencanaan dan penjadwalan kegiatan sosialisasi juga disusun, dan sarana serta fasilitas, materi sosialisasi, peralatan pendukung, dan bahan-bahan pendukung kegiatan disiapkan untuk memastikan kelancaran pelaksanaan.

**Pada tahap pelaksanaan sosialisasi:** pesan motivasi disampaikan kepada ibu-ibu PKK untuk mendorong partisipasi mereka dalam upaya meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui usaha ekonomi kreatif. Usaha ini melibatkan pembuatan kerajinan menggunakan bahan lokal, khususnya dengan memanfaatkan sisa kain perca tenun. Dari sisa kain tenun tersebut, dapat dibuat berbagai jenis aksesoris seperti bando, kranci, tas, dan dompet yang dapat dijual, memberikan tambahan penghasilan bagi keluarga. Sosialisasi juga mencakup pengetahuan tentang cara menjual produk melalui platform e-commerce yang ada di media sosial seperti Facebook, TikTok, dan WhatsApp. Saat ini, penggunaan aplikasi-aplikasi ini mencakup seluruh pasar, mempermudah proses penjualan produk. Penjelasan dalam sosialisasi juga mencakup aspek pemasaran online, manfaat dari penjualan online, serta target pasar yang menjadi sasaran. Penjualan secara online diharapkan dapat membantu ibu-ibu UMKM meningkatkan pendapatan, menghemat waktu, menciptakan lapangan pekerjaan baru, dan memperluas cakupan pasar.

**Pada tahap evaluasi:** peserta kegiatan diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan seputar topik pengabdian. Jumlah pertanyaan yang timbul dari peserta sangat banyak artinya mencerminkan minat besar mereka terhadap program pembuatan aksesoris dari sisa kain perca tenun. Para peserta menyadari bahwa dengan keterampilan mengelola dan memanfaatkan sisa kain perca, mereka dapat menjual produk tersebut dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian keluarga sama halnya dengan pengabdian yang dilakukan (Hadi & Ardhi Khairi, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat di Desa Penfui Timur, Kecamatan Kupang Tengah, Kabupaten Kupang berjalan selama 30 hari, dengan penyelenggaraan kegiatan sosialisasi berlangsung dalam

Copyright : Faustina Mimung, Aliana Jelita, Yul Fransiska Pulo, Johan Sarlito Thei, Maria Droste  
Tae Asa Teti, Angela Ismaniar Helmin Betan, Maria Fransiska Collyn, Monika Anggela Kehi,  
Emiliana Martuti Lawalu, Agnes Susanti Indrawati

kurun waktu satu hari. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari warga Desa Penfui Timur, bahwa daerah tersebut masuk dalam kategori penghasil kerajinan tenun di Kabupaten Kupang. Temuan ini menunjukkan bahwa Kain Tenun memiliki potensi sebagai sumber daya alam yang menjanjikan di wilayah tersebut.

Meskipun terdapat peluang besar dari sisi pasar dan tidak terlalu sulit untuk membuat produk dari sumber daya tersebut, namun masyarakat desa menghadapi kendala, dimana sisa hasil tenun terbuang sia-sia karena hasil tenunan hanya dijual ke beberapa orang ataupun kenalan dan tidak dipasarkan menggunakan media online. Selain itu juga ketidaktahuan masyarakat untuk membuat inovasi produk baru yang bisa dijual. Masyarakat hanya menjahit kain menjadi pakaian yang diketahui harganya cukup mahal.

Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian menerapkan proses tenun baru pada sisa kain tenun dan mengolahnya menjadi produk aksesoris seperti dompet, tas, clutch, ikat kepala, dan lain-lain, yang menjadi sumber pendapatan rumah tangga ataupun untuk penggunaan pribadi di rumah maupun dipasarkan secara online hal ini sesuai dengan hasil pengabdian yang dilakukan oleh (Ga et al., 2023); (Utami, Wikan., 2022).

Sosialisasi manajemen pemasaran bertujuan untuk meningkatkan pemasaran dan keuangan serta proses dan hasil produksi bagi pelaku UMKM (Rofiki & Muhimmah, 2021). Berbagai aksesoris yang dibuat dengan memanfaatkan sisa-sia kain tenun seperti bando, tas, anting-anting dan lain sebagainya. Anggota KKN secara langsung memberikan penyuluhan kepada warga Desa Penfui Timur khususnya Dusun 01 RT 003 tentang pembuatan kerajinan (tenun) dengan menggunakan bahan lokal dan pemasaran secara online. Kegiatan ini melibatkan warga Dusun 01 dan dilaksanakan di rumah bapak RT 003 yang turut mendukung kegiatan sosialisasi ini sampai selesai.

Secara keseluruhan, tanggapan masyarakat terhadap inisiatif ini sangat positif, sebagaimana tercermin dalam partisipasi yang cukup aktif pada program sosialisasi. Respon dan keterlibatan peserta terhadap kegiatan ini menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi, yang dapat diamati dari partisipasi mereka dalam kegiatan sosialisasi dan diskusi. Meskipun undangan lisan telah diberikan kepada Kepala Dusun 01 untuk mengajak partisipasi masyarakat dalam sosialisasi, saat kegiatan dilaksanakan, kami mencatat adanya kehadiran 20 warga sekitar yang turut serta, menunjukkan animo positif mereka terhadap kegiatan tersebut.

Setelah sesi kegiatan berakhir, sejumlah warga masyarakat tetap melanjutkan pembicaraan kecil yang bersifat informal dan tidak terarah dengan mahasiswa KKN. Ditemukan bahwa partisipasi masyarakat dalam materi sosialisasi mencapai tingkat yang tinggi, terlihat dari frekuensi pertanyaan dan komentar yang muncul selama sesi-sesi tersebut. Dari total peserta yang hadir pada pertemuan tersebut, sekitar 50% aktif bertanya, menjawab pertanyaan, dan berdiskusi. Berdasarkan pengamatan terhadap proses diskusi selama interaksi, terungkap bahwa kelompok masyarakat tidak tertarik untuk terlibat sebagai perajin aksesoris berbahan kain ikat, kemungkinan karena keterampilan yang diperlukan untuk terus mengembangkan produk tersebut tidak dimiliki oleh sebagian masyarakat. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya kepemilikan keterampilan, terutama dalam proses menenun kain ataupun inovasi baru dari sisa kain tenun yang dimiliki pelaku UMKM.



**Gambar 2:** Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Berbasis Digital (e-commerce)

Mahasiswa KKN akan memberikan informasi mengenai penjualan produk yang dilakukan melalui platform e-commerce seperti Facebook, TikTok, dan WhatsApp. Hal ini mencerminkan bahwa aplikasi-aplikasi ini telah mencapai pangsa pasar yang luas, mempermudah proses penjualan produk. Saat berinteraksi, mahasiswa KKN akan menjelaskan konsep pemasaran online, keuntungan melakukan riset online, dan mencakup audiens sasaran. Penjualan online memiliki peran penting dalam membantu UMKM meningkatkan pendapatan, menghemat waktu, menciptakan lapangan kerja

Copyright : Faustina Mimung, Aliana Jelita, Yul Fransiska Pulo, Johan Sarlito Thei, Maria Droste  
Tae Asa Teti, Angela Ismaniar Helmin Betan, Maria Fransiska Collyn, Monika Anggela Kehi,  
Emiliana Martuti Lawalu, Agnes Susanti Indrawati

baru, dan meluaskan cakupan pasar.

Penguatan keuangan rumah tangga melalui produksi kerajinan tangan dengan menggunakan bahan lokal (kain tenun) dan penjualan online dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan penumpukan sisa-sisa kain tenun yang tidak dapat diolah dengan berbagai cara. Ada beberapa cara yang diberikan oleh mahasiswa KKN sebagai tim pengabdian yang bisa masyarakat gunakan untuk mengatasi masalah ini yaitu Secara khusus, memberikan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat untuk menghasilkan kerajinan tangan yang berkualitas dan dapat dipasarkan, serta menjual hasil kerajinan tangan secara online melalui platform e-commerce dan media sosial.

## SIMPULAN

Program sosialisasi mengenai pembuatan kerajinan dengan menggunakan bahan lokal dan pemasaran online mendapatkan sambutan positif di Dusun 1 Desa Penfui Timur. Hal ini tercermin dari antusiasme tinggi masyarakat setempat yang aktif berpartisipasi dalam program tersebut. Inisiatif ini telah memberikan kontribusi yang signifikan dengan membantu masyarakat dalam mengoptimalkan potensi sumberdaya lokal, khususnya kain tenun ikat yang sebelumnya sering terbuang. Melalui sosialisasi ini, masyarakat dapat mengolah dan menciptakan produk baru menggunakan bahan dasar kain tenun ikat seperti produk aksesoris dan tas serta membawa dampak positif dalam peningkatan pendapatan secara langsung.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan kepada kami dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) di Desa Penfui Timur. Kegiatan PKM ini dapat terlaksana dengan baik berkat kerjasama dan partisipasi dari semua pihak. Dukungan moril dan materi yang diberikan sangat berarti bagi kami dalam melaksanakan program-program PKM di Desa Penfui Timur.

Penulis sangat berterima kasih kepada:

1. Pemerintah Desa Penfui Timur yang telah memberikan ijin dan tempat untuk melaksanakan kegiatan PKM
2. Dosen pembimbing lapangan (DPL) KKN UNWIRA yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama pelaksanaan kegiatan PKM
3. RT 003 sebagai OWNER MOZA CAFFE & GALLERI yang membantu menyediakan fasilitas mulai dari tempat, infocus, dan juga konsumsi. Selain itu kepada kepala Dusun 1, Desa Penfui Timur yang berperan aktif mendatangkan para pelaku UMKM dalam kegiatan sosialisasi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, Eka Meyti., dkk. (2023). Pemberdayaan Ibu-ibu PKK Bunulrejo Dalam Kerajinan Kreatif Rumah Tangga Serta Pemasaran Online. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 571–578.
- Ga, L. L., dkk (2023). Pengelolaan Kain Tenun Ikat Menjadi Ragam Model Aksesoris Sebagai Produk Lokal NTT. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.36908/akm.v4i1.717>
- Hadi, A. S., & Ardhi Khairi. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Kelompok Ibu Pkk Desa Gadingharjo. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 127–132. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i1.3246>
- Indrawati, A. (2023). Analisis Bisnis Tenun Menggunakan Stochastic Frontier Analysis dan Analisis Jalur (Studi Kasus: Kelurahan Manutapen dan Oebufo). *Ecoducation: Economic & Education Journal*, 6, 121–140.
- Kato, F. A., Fernando., dkk (2023). Pengenalan Investasi Emas Melalui Media Digital Pada Pemuda Di Desa Oeltua. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1669–1673. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i2.4877>
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Rofiki, M., & Muhimmah, K. (2021). Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya Untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 47–56. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v7i2.981>
- Solihah, R., dkk (2022). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Kewirausahaan Sosial Di Desa Kutamandiri Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang. *Dharmakarya*, 11(3), 183. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v11i3.24953>
- Utami, Wikan., D. (2022). Pemberdayaan Perempuan Melalui Kegiatan Ekonomi Kreatif Pembuatan Kalung. *Jurnal BUDIMAS*, 04, 1–6. [www.aging-us.com](http://www.aging-us.com)

Wijoyo, H., dkk (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa. *Ikra-Ith Abdimas*, 3(3), 169-175.

Copyright : Faustina Mimung, Aliana Jelita, Yul Fransiska Pulo, Johan Sarlito Thei, Maria Droste  
Tae Asa Teti, Angela Ismaniar Helmin Betan, Maria Fransiska Collyn, Monika Anggela Kehi,  
Emiliana Martuti Lawalu, Agnes Susanti Indrawati