

Transformasi kelompok tani perempuan menuju kemandirian ekonomi melalui pemasaran hasil tani

Donal Anry Jaya Sinurat, Yosefina K. I. D. D Dhae, Yuri S. Fa'ah, Tarsisius Timuneno, Clarce S. Maak

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana, Indonesia

Penulis korespondensi : Donal Anry Jaya Sinurat
E-mail : donal.sinurat@staf.undana.ac.id

Diterima: 30 Juli 2025 | Direvisi: 05 September 2025 Disetujui: 06 September 2025 | Online: 17 September 2025
© Penulis 2025

Abstrak

Pemasaran hasil pertanian merupakan tantangan utama bagi kelompok tani skala kecil, terutama yang dikelola oleh perempuan di wilayah perkotaan dengan sumber daya terbatas. Kelompok tani perempuan "Iye Ape Satu Hati" di Kelurahan Lasiana, Kota Kupang, menghadapi permasalahan rendahnya keterampilan pemasaran, minimnya akses pasar, serta dominasi pola konsumtif dalam pengelolaan hasil tani. Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberdayakan kelompok tani melalui peningkatan kapasitas pemasaran berbasis pelatihan dan pendampingan. Metode pelaksanaan mencakup identifikasi kebutuhan peserta, pelatihan pemasaran sederhana (harga jual, pengemasan, dan promosi digital), praktik langsung, serta pendampingan intensif selama tiga bulan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran, transformasi pola usaha dari konsumtif menjadi produktif, pemanfaatan media sosial untuk promosi, serta peningkatan pendapatan rumah tangga. Dengan demikian, program ini berkontribusi pada penguatan kemandirian ekonomi perempuan dan pembangunan ekonomi lokal berbasis komunitas.

Kata kunci: pemberdayaan perempuan; kelompok tani; pemasaran hasil pertanian; pendampingan; ekonomi local.

Abstract

Marketing agricultural products is a major challenge for small-scale farmer groups, especially those managed by women in urban areas with limited resources. The women's farmer group "Iye Ape Satu Hati" in Lasiana Village, Kupang City, faces problems such as low marketing skills, limited market access, and a predominantly consumptive pattern in managing farm products. This Community Partnership Program (PKM) aims to empower the group by strengthening their marketing capacity through training and mentoring. The implementation methods included needs assessment, training on basic marketing (pricing, packaging, and digital promotion), hands-on practice, and three months of intensive mentoring. The results show increased marketing knowledge and skills, transformation from consumptive to productive practices, the use of social media for promotion, and higher household income. Thus, this program contributes to strengthening women's economic independence and supporting community-based local economic development.

Keywords: women empowerment; farmer groups; agricultural marketing; mentoring; local economy.

PENDAHULUAN

Pertanian bukan hanya sekadar aktivitas produksi pangan, melainkan juga sektor penting dalam mendukung ketahanan ekonomi rumah tangga, terutama di daerah-daerah dengan keterbatasan sumber daya dan peluang kerja formal. Di Indonesia, sebagian besar rumah tangga masih bergantung

pada hasil pertanian skala kecil sebagai sumber pemenuhan kebutuhan dasar, baik untuk konsumsi sendiri maupun untuk dijual dalam skala lokal (Funnisia & Oja, 2017; Mustari, 2020). Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh petani kecil adalah rendahnya daya saing hasil pertanian, yang sering kali disebabkan oleh kurangnya akses terhadap pasar dan keterampilan pemasaran (Karwati, 2017; Haryanto & Darmawan, 2018).

Masalah ini menjadi semakin rumit ketika pelaku utama dalam kegiatan pertanian adalah perempuan. Banyak kelompok perempuan di Indonesia yang aktif dalam kegiatan pertanian pekarangan, namun mereka masih menghadapi tantangan ganda: keterbatasan pengetahuan teknis, beban kerja rumah tangga yang tinggi, serta minimnya dukungan untuk mengembangkan usaha tani sebagai kegiatan ekonomi produktif (Ardiani & Dibyorini, 2021; Sudrajat & Simanjuntak, 2020). Pemberdayaan perempuan dalam sektor ini penting, tidak hanya dari segi ekonomi, tetapi juga dari perspektif sosial, karena berkaitan dengan peningkatan peran serta posisi tawar perempuan di dalam keluarga dan masyarakat (Suryani & Nugroho, 2019).

Kelompok tani perempuan dapat menjadi salah satu pendekatan yang efektif dalam meningkatkan kemandirian ekonomi dan sosial perempuan. Kelompok tani tidak hanya berfungsi sebagai ruang belajar kolektif, tetapi juga sebagai wadah penguatan kapasitas dan solidaritas antaranggota (Budiarti, 2020; Wahyuni, 2017). Salah satu contoh nyata dari upaya pemberdayaan ini terdapat di Kelurahan Lasiana, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Kelompok tani perempuan "Iye Ape Satu Hati" terdiri dari 15 perempuan yang mengelola lahan pekarangan secara mandiri untuk menanam berbagai jenis tanaman pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan rumah tangga.

Namun, hingga saat ini, hasil pertanian kelompok ini belum dioptimalkan untuk kegiatan ekonomi. Sebagian besar hasil panen digunakan untuk konsumsi rumah tangga, dan sisanya dibagikan secara Cuma-cuma kepada tetangga (Gunawan, 2020). Potensi untuk memasarkan hasil pertanian cukup besar mengingat kebutuhan masyarakat perkotaan akan sayuran segar terus meningkat. Namun, anggota kelompok belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dasar dalam hal pemasaran khususnya pemanfaatan media sosial untuk promosi, dan/atau menjalin kemitraan sederhana dengan warung atau pasar lokal (Sari, 2018; Gunawan & Lestari, 2019).

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi produksi dan kapasitas pemasaran. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan menjadi intervensi yang relevan dan dibutuhkan. Pelatihan dapat memberikan pengetahuan baru mengenai kewirausahaan tani, sementara pendampingan berperan penting dalam memastikan bahwa pengetahuan tersebut diterapkan dalam praktik (Setiawan & Hartono, 2020). Pendekatan ini sejalan dengan konsep pemberdayaan yang menekankan pada proses transformasi kemampuan individu melalui peningkatan kapasitas, partisipasi, dan akses terhadap sumber daya ekonomi (Karwati, 2017; Budiarti & Setiawan, 2019).

Pelatihan yang dirancang untuk kelompok tani "Iye Ape Satu Hati" mencakup materi tentang teknik pemasaran sederhana, seperti identifikasi pasar potensial di lingkungan sekitar, perhitungan harga jual berbasis biaya dan keuntungan, teknik pengemasan hasil tani agar lebih menarik, serta penggunaan media sosial (WhatsApp, Facebook Marketplace) sebagai sarana promosi (Wahyu & Fadil, 2020). Selain itu, pendampingan dilakukan selama tiga bulan oleh tim pengusul dan mahasiswa dengan metode kunjungan rutin, monitoring lapangan, dan diskusi evaluatif guna mendukung proses pembelajaran berkelanjutan (Baskoro & Mulyadi, 2018).

Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan teknis, tetapi juga untuk mendorong perubahan paradigma anggota kelompok tani, dari sekadar produsen pangan menjadi pelaku ekonomi yang sadar pasar. Keberhasilan pelatihan dan pendampingan diharapkan mampu meningkatkan pendapatan keluarga, memperluas jejaring sosial dan ekonomi kelompok, serta memperkuat posisi perempuan sebagai agen pembangunan lokal (Darmawan & Sukmawati, 2018; Suryani, 2021).

METODE

Kegiatan pemberdayaan kelompok tani perempuan "Iye Ape Satu Hati" dirancang dengan

menggunakan pendekatan partisipatif dan berorientasi pada kebutuhan nyata di lapangan, terutama dalam meningkatkan kapasitas pemasaran hasil pertanian. Metode ini menggabungkan elemen pelatihan teoritis, praktik langsung, serta pendampingan berkelanjutan sebagai strategi untuk mengubah pola usaha tani konsumtif menjadi kegiatan ekonomi yang produktif dan berorientasi pasar. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi lima tahapan utama: (1) identifikasi dan persiapan peserta, (2) pelatihan pemasaran hasil pertanian, (3) simulasi dan praktik langsung, (4) pendampingan lapangan intensif, dan (5) monitoring serta evaluasi keberlanjutan.

Identifikasi dan Persiapan Peserta

Tahap awal difokuskan pada kegiatan **pendataan dan asesmen kebutuhan** terhadap anggota kelompok tani sasaran. Kelompok perempuan tani "Iye Ape Satu Hati" yang terdiri dari 15 orang di Kelurahan Lasiana, Kota Kupang, dipilih karena telah memiliki pengalaman dasar dalam budidaya tanaman pekarangan, namun belum mengoptimalkan aspek pemasaran hasil taninya. Kegiatan ini juga mencakup:

- Koordinasi dengan ketua kelompok tani
- Pemetaan sumber daya dan keterbatasan pemasaran yang dihadapi kelompok
- Penyusunan materi pelatihan berdasarkan hasil asesmen awal

Kegiatan persiapan bertujuan untuk memastikan keterlibatan aktif peserta sejak awal dan menyesuaikan pendekatan pelatihan dengan latar belakang dan kebutuhan mereka.

Pelatihan Pemasaran Hasil Pertanian

Tahap inti dari kegiatan adalah pelatihan tematik yang berfokus khusus pada pemasaran hasil pertanian skala kecil. Pelatihan dilakukan secara interaktif dengan metode ceramah, diskusi kelompok, studi kasus, dan role play (peragaan simulasi). Materi pelatihan mencakup:

- Pengenalan konsep rantai nilai pertanian lokal
Memberikan pemahaman tentang bagaimana hasil pertanian dari pekarangan dapat masuk ke dalam sistem pasar lokal secara efisien.
- Promosi berbasis digital dan komunitas
Pelatihan cara memanfaatkan WhatsApp, Facebook, dan jaringan sosial lokal untuk promosi hasil tani secara efisien dan murah.

Materi disampaikan oleh dosen dari Program Studi Manajemen dan Agribisnis/peternakan, dibantu mahasiswa yang berperan sebagai fasilitator kelompok kecil.

Simulasi dan Praktik Langsung

Untuk memperkuat pemahaman peserta, dilakukan simulasi pemasaran langsung di lingkungan sekitar. Kegiatan ini mencakup:

- Praktik menentukan harga jual produk aktual
- Pembuatan kemasan produk yang mudah diperoleh
- Simulasi menjual produk kepada konsumen lokal, termasuk melakukan pendekatan komunikasi yang sopan dan meyakinkan

Tujuan dari praktik ini adalah agar peserta terbiasa menghadapi konsumen serta mampu menyampaikan nilai tambah dari produk yang mereka hasilkan.

Pendampingan Lapangan Intensif

Tahap pendampingan dilakukan selama tiga bulan pascapelatihan. Pendampingan dilakukan oleh tim pelaksana bersama mahasiswa dengan metode:

- Kunjungan rutin ke rumah atau lahan tani peserta
- Pemantauan proses pencatatan hasil panen

- Bimbingan teknis dalam menyusun rencana produksi dan pemasaran
- Dukungan moril dan motivasi agar peserta terus aktif memasarkan hasil tani

Pendampingan juga melibatkan dialog rutin untuk mengidentifikasi hambatan pemasaran di lapangan, seperti fluktuasi harga, keterbatasan waktu, dan respons konsumen, serta merumuskan solusi praktis bersama peserta.

Monitoring dan Evaluasi Keberlanjutan

Monitoring dilakukan secara berkala untuk menilai sejauh mana pelatihan dan pendampingan berdampak terhadap perubahan perilaku dan kapasitas kelompok dalam memasarkan hasil tani. Evaluasi dilakukan dalam bentuk wawancara dan diskusi reflektif kelompok di akhir program. Hasil evaluasi juga digunakan sebagai dasar untuk menyusun artikel ilmiah dan media populer sebagai luaran kegiatan.

Metode pelaksanaan ini menekankan transformasi kapasitas kelompok tani perempuan dalam aspek pemasaran, yang selama ini menjadi titik lemah dalam kegiatan usaha tani skala rumah tangga. Dengan pendekatan yang kontekstual dan berkelanjutan, diharapkan kegiatan ini mampu mendorong terbentuknya model pemberdayaan ekonomi lokal yang inklusif dan berbasis komunitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program penguatan kapasitas pemasaran kelompok tani perempuan "Iye Ape Satu Hati" menghasilkan sejumlah perubahan signifikan sesuai dengan tahapan metode yang diterapkan. Hasil kegiatan ini diperoleh melalui observasi langsung, dokumentasi, dan wawancara partisipatif.

Identifikasi dan Persiapan Peserta

Tahap awal berhasil memetakan kondisi riil kelompok. Terungkap bahwa sebagian besar anggota hanya memanfaatkan hasil tani untuk konsumsi rumah tangga, belum memahami penentuan harga berbasis biaya, serta belum mengenal teknik promosi sederhana. Data awal ini menjadi dasar penyusunan materi pelatihan yang lebih relevan dengan kebutuhan peserta.

Pelatihan Pemasaran Hasil Pertanian

Melalui pelatihan interaktif, peserta memperoleh pemahaman mengenai konsep rantai nilai, strategi harga, pengemasan sederhana, serta promosi berbasis komunitas. Setelah mengikuti pelatihan, anggota mampu menentukan harga yang lebih rasional, menyadari pentingnya kualitas kemasan, dan memahami potensi media sosial untuk promosi. Hal ini menegaskan bahwa pelatihan berbasis potensi lokal mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran (Karwati, 2017).

Simulasi dan Praktik Langsung

Pada tahap simulasi, peserta mencoba menentukan harga, mengemas produk, dan menjual langsung kepada konsumen di lingkungan sekitar. Hasilnya, peserta lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan pembeli dan mulai melihat peluang pasar di sekitar mereka. Praktik ini menumbuhkan keberanian untuk mengubah pola konsumtif menjadi produktif, sebagaimana juga ditegaskan Ardiani & Dibyorini (2021) bahwa akses terhadap pasar mampu mengubah peran perempuan dari produsen rumah tangga menjadi pelaku usaha.

Pendampingan Lapangan Intensif

Selama tiga bulan, peserta didampingi secara rutin. Beberapa anggota mulai memasarkan hasil tani ke tetangga, kios kecil, hingga pasar mingguan. Peserta juga memanfaatkan WhatsApp untuk mempromosikan produk kepada pelanggan tetap. Meskipun masih terbatas, langkah ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sederhana dapat efektif sebagai alat promosi komunitas lokal (Gunawan, 2020). Pendampingan juga mendorong diskusi kolektif dalam menghadapi kendala seperti keterbatasan waktu, bahan kemasan, dan fluktuasi harga.

Monitoring dan Evaluasi Keberlanjutan

Evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam hal pendapatan dan motivasi anggota kelompok. Anggota merasa lebih percaya diri, pola usaha bergeser dari konsumsi menuju pemasaran, dan solidaritas antaranggota semakin kuat melalui pembagian peran dalam produksi, pengemasan, hingga promosi. Program ini memberikan dampak sosial-ekonomi yang positif, tidak hanya dari sisi peningkatan pendapatan, tetapi juga dalam penguatan jaringan sosial dan peran perempuan sebagai agen ekonomi lokal.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang terintegrasi mampu mengatasi kesenjangan pengetahuan pemasaran, memperluas akses pasar, dan mendorong kemandirian ekonomi kelompok perempuan. Dengan demikian, integrasi aspek produksi dan pemasaran harus menjadi bagian penting dari setiap model pemberdayaan pertanian perempuan.



Gambar 1. Penyampaian Materi.



Gambar 2. Foto Bersama dan Penyerahan Bantuan.

SIMPULAN DAN SARAN

Artikel ini menunjukkan bahwa pemberdayaan kelompok tani perempuan "Iye Ape Satu Hati" di Kelurahan Lasiana, Kota Kupang, melalui pelatihan dan pendampingan yang terfokus pada pemasaran hasil pertanian, telah berhasil meningkatkan kapasitas ekonomi kelompok tersebut. Pelatihan yang mencakup aspek-aspek penting seperti teknik budidaya pasar, pengemasan, penentuan harga jual, dan promosi berbasis komunitas berhasil mengubah pola usaha dari konsumtif menjadi produktif. Peningkatan pemahaman anggota tentang pentingnya kualitas produk dan strategi pemasaran telah mendorong mereka untuk memasarkan hasil pertanian ke pasar lokal, yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan rumah tangga. Pendampingan berkelanjutan juga terbukti efektif dalam memastikan implementasi teori ke praktik, sekaligus memperkuat jejaring sosial dan ekonomi kelompok tani perempuan.

Artikel ini menunjukkan bahwa pemberdayaan kelompok tani perempuan "Iye Ape Satu Hati" di Kelurahan Lasiana, Kota Kupang, melalui pelatihan dan pendampingan yang terfokus pada pemasaran hasil pertanian, telah berhasil meningkatkan kapasitas ekonomi kelompok tersebut. Hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan adanya peningkatan pemahaman anggota mengenai strategi pemasaran dari 35% menjadi 85%. Pelatihan yang mencakup aspek penentuan harga jual, pengemasan, dan promosi berbasis komunitas berhasil mengubah pola usaha: sebelumnya 90% hasil panen hanya dikonsumsi, kini 45% dipasarkan ke tetangga, kios lokal, dan pasar mingguan. Pendapatan tambahan anggota rata-rata meningkat Rp300.000 per bulan, yang sebelumnya tidak ada. Selain itu, 70% anggota menyatakan lebih percaya diri dalam menjual produk, dan solidaritas kelompok semakin kuat melalui pembagian tugas panen, promosi, dan pengemasan bersama. Pendampingan berkelanjutan terbukti efektif dalam memastikan implementasi teori ke praktik, sekaligus memperkuat jejaring sosial dan ekonomi kelompok tani perempuan. Dengan capaian ini, kegiatan PKM berkontribusi nyata terhadap peningkatan kemandirian ekonomi lokal berbasis komunitas.

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi kegiatan, beberapa rekomendasi untuk pengembangan program serupa di masa yang akan datang antara lain: 1) Peningkatan Akses terhadap Bahan dan Alat Promosi: Untuk mengatasi keterbatasan bahan kemasan dan alat promosi, penting bagi pihak terkait untuk memberikan dukungan lebih lanjut, baik dari segi sumber daya maupun akses kepada bahan berkualitas yang terjangkau; 2). Pengembangan Platform Digital: Meskipun penggunaan media sosial telah dimulai, pengembangan dan pelatihan lebih lanjut mengenai e-commerce atau platform digital yang lebih luas dapat membuka peluang pasar yang lebih besar dan lebih beragam, terutama untuk memperkenalkan produk ke pasar luar kota; 3). Diversifikasi Produk: Untuk menghadapi fluktuasi permintaan pasar dan musim panen yang serempak, kelompok tani dapat mempertimbangkan untuk diversifikasi produk pertanian atau merancang sistem rotasi penanaman yang lebih efisien; 4). Peningkatan Partisipasi Stakeholder: Diharapkan lebih banyak pihak, baik pemerintah maupun sektor swasta, dapat terlibat dalam mendukung pengembangan usaha tani perempuan, dengan menyediakan modal kerja, akses pasar, dan pelatihan teknis lanjutan.

Dengan langkah-langkah ini, pemberdayaan kelompok tani perempuan diharapkan dapat terus berkembang dan menjadi model pemberdayaan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pemberdayaan kelompok tani perempuan "Iye Ape Satu Hati" ini. Terutama kepada para anggota kelompok tani yang telah dengan penuh semangat mengikuti pelatihan dan pendampingan ini. Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan baik berupa sumber daya, pemikiran, maupun motivasi untuk kelancaran kegiatan ini. Terima kasih juga kepada Ketua LP2M Universitas Nusa Cendana, Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Koordinator Program Studi Manajemen dan semua tim PKM.

DAFTAR RUJUKAN

Ardiani, N. I., & Dibyorini, S. (2021). *Pemberdayaan perempuan dalam sektor pertanian di Indonesia: Peluang*

- dan tantangan. Jurnal Pembangunan Sosial, 12(1), 45-60.*
- Baskoro, A., & Mulyadi, A. (2018). *Pendampingan usaha tani untuk meningkatkan kesejahteraan petani kecil. Jurnal Agribisnis Indonesia, 17(3), 234-245.*
- Budiarti, L. (2020). *Penguatan kapasitas kelompok tani perempuan dalam peningkatan ekonomi keluarga. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 8(2), 101-112.*
- Darmawan, A., & Sukmawati, R. (2018). *Pemberdayaan kelompok tani perempuan untuk pengembangan ekonomi lokal. Jurnal Pembangunan Ekonomi, 9(3), 75-89.*
- Funnisia, F., & Oja, S. M. (2017). *Tantangan pemasaran produk pertanian pada petani kecil. Jurnal Ekonomi Pertanian, 22(3), 178-190.*
- Gunawan, I. (2020). *Pemasaran produk pertanian menggunakan teknologi digital di komunitas lokal. Jurnal Agribisnis Digital, 15(2), 112-120.*
- Gunawan, I., & Lestari, S. (2019). *Pemasaran hasil pertanian melalui platform digital: Studi kasus pada petani perempuan. Jurnal Teknologi dan Manajemen Pertanian, 13(1), 34-47.*
- Haryanto, S., & Darmawan, A. (2018). *Pemberdayaan petani kecil melalui pelatihan pemasaran hasil pertanian. Jurnal Manajemen Agribisnis, 10(2), 210-224.*
- Karwati, L. 2017. "Pemberdayaan Perempuan Melalui Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Potensi Alam Setempat." *Jurnal Ilmiah* 12(1):2017.
- Mustari, A. (2020). *Strategi pemasaran hasil pertanian skala kecil di wilayah pedesaan dan perkotaan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Pertanian, 17(4), 230-245.*
- Setiawan, R., & Hartono, I. (2020). *Peran pendampingan dalam pengembangan usaha tani perempuan. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 14(1), 43-56.*
- Sari, N. (2018). *Pemasaran hasil tani di komunitas perempuan: Kasus pada kelompok tani di kota besar. Jurnal Ekonomi Lokal, 11(3), 120-132.*
- Sinurat, D. A. J., Fanggidae, R. E., Ndoen, W. M., Maak, C. S., & Fadhilah, L. N. (2023). *Pelatihan Penggunaan Laboratorium Jurusan Manajemen Universitas Nusa Cendana. Google Scholar.*
- Sudrajat, B., & Simanjuntak, R. (2020). *Kewirausahaan perempuan di sektor pertanian: Studi pada kelompok tani urban. Jurnal Sosiologi dan Pembangunan, 23(2), 88-101.*
- Suryani, M., & Nugroho, H. (2019). *Pemberdayaan perempuan dalam ekonomi berbasis pertanian di Indonesia. Jurnal Pemberdayaan dan Sosial Ekonomi, 16(1), 56-68.*
- Wahyuni, D. (2017). *Pemberdayaan ekonomi perempuan melalui kelompok tani: Peluang dan tantangan. Jurnal Pembangunan Sosial, 19(1), 34-50.*
- Wahyu, F., & Fadil, I. (2020). *Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran hasil pertanian oleh kelompok tani perempuan. Jurnal Komunikasi Pembangunan, 15(2), 85-95.*