

SURAT - TUGAS

Nomor: 00596/B.8.5/FHK/08/2023

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi, Universitas Katolik Soegijapranata, dengan ini memberikan tugas kepada :

- N a m a** : **Rotumiar Pasaribu, SS., M.I.Kom. (NPP. 058.1.2014.294)**
- Jabatan** : Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Komunikasi, Universitas Katolik Soegijapranata
- Tugas** : Pengabdian : "Sosialisasi dan Pendampingan Branding dan Pemasaran bagi Pelaku UMKM dan Perangkat Desa Batik Semarangan di Kampung Batik Rejomulyo"
- Tempat** : Kampung Batik Rejomulyo Semarang
- W a k t u** : Sabtu, 27 Mei 2023
- Lain – lain** : Harap melaksanakan tugas dengan penuh rasa tanggung jawab, dan memberikan laporan setelah tugas selesai.

Demikian surat tugas ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Semarang, 04 Agustus 2023

Dekan,

Dr. Marcella E. Simandjuntak, S.H., C.N., M.Hum.

NPP. 058.1.1994.161

PENGESAHAN LAPORAN PENGABDIAN

1. Judul : Pendampingan dan Pelatihan Branding dan Pemasaran, Bagi Pelaku UMKM dan Perangkat Desa Batik Semarangan di Kampung Batik Rejomulyo
2. Ketua Tim
 - a. Nama : ROTUMIAR PASARIBU, S.S., M.I.Kom.
 - b. NPP : 5812014294
 - c. Program Studi : Ilmu Komunikasi
 - d. Perguruan Tinggi : Unika Soegijapranata
 - e. Alamat Kantor/Telp/Faks/surel : rotumiarpasaribu@unika.ac.id
3. Anggota Tim
 - a. Jumlah Anggota : Dosen 0 orang
Mahasiswa 5 orang
4. Biaya Total : Rp. 0,00

Mengetahui,
Dekan Hukum Dan Komunikasi,

Semarang, Januari 2023
Ketua Tim Pengusul



Dr. Marcella E
Dr. MARCELLA ELWINA
SIMANDJUNTAK, S.H., CN., M.Hum.
NPP : 5811994161

Rotumi

ROTUMIAR PASARIBU, S.S., M.I.Kom.
NPP : 5812014294

Menyetujui,
Kepala LPPM



Walesti Dewi
VALESTI DEWI, S.H., M.Hum.



Catatan:

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 : 'Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah'
- Dokumen ini telah diberi tanda tangan digital, tidak memerlukan tanda tangan dan cap basah
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan qr code yang telah tersedia
- menggunakan qr code yang telah tersedia

BERITA ACARA REVIEW

Program Studi Ilmu Komunikasi - Hukum Dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Pada hari ini, 21 Oktober 2022 telah diadakan review kegiatan penelitian/pengabdian dengan judul:

Pendampingan dan Pelatihan Branding, Pemasaran, bagi pelaku dan perangkat Desa Batik Semarangan di Kampung Batik Rejomulyo

Dengan catatan review sebagai berikut:

- ♦ 1. Sesuaikan Pendahuluan dengan Template. 2. Perlu diberi gambaran situasi tentang perkembangan Brand Kampung Batik Desa Rejomulyo sejak dibentuk agar nampak Brand nya kurang dikenal. 3. Perlu digambarkan lebih jauh tentang pelaksanaan pemasaran batik oleh Desa Rejamulyo sehingga solusi permasalahannya adalah Digital Marketing. 4. Pada Solusi Permasalahan, tambahkan jenis luaran yg dihasilkan masing-masing tawaran. Uraikan pula riset dari tim pengusul. Selebihnya dapat dilihat pada catatan yang saya beri dalam proposal.
- ♦ 1. Baik bila diperjelas kembali siapa target pengabdian masyarakat ini apakah perangkat desa atautah UMKM. 2. Baik bila dijelaskan lebih lanjut permasalahan pemasaran apa yang kurang saat ini dalam dalam bidang pemasaran dan branding saat ini sehingga memerlukan pelatihan dan pedampingan. 3. Baik bila ditambahkan penjelasan bentuk kegiatan sebagai bentuk solusi permasalahan.

Reviewer 1



VINCENTIA ANANDA ARUM
PERMATASARI, S.I.Kom., M.I.Kom.

Reviewer 2



E. AGRA SARIKA KURNIA DEWI, S.I.Kom.,
MA



Catatan:

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 :

'Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah'

- Dokumen ini telah diberi tanda tangan digital, tidak memerlukan tanda tangan dan cap basah

- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan qr code yang telah tersedia

LAPORAN PENGABDIAN

**Sosialisasi dan Pendampingan Branding dan Pemasaran bagi Pelaku UMKM
dan Perangkat Desa Batik Semarangan di Kampung Batik Rejomulyo**



Disusun oleh
Rotumiari Pasaribu, SS., M.I.Kom

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2023**

DAFTAR ISI

Cover	1
Daftar Isi	2
Kata Pengantar	3
Ringkasan	4
Pendahuluan	4
Hasil dan Luaran	6
Pelaksanaan Kegiatan dan Evaluasi	11
Daftar Pustaka	14
Lampiran	15

Kata Pengantar

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia yang diberikan sehingga pengabdian dengan judul “Sosialisasi dan Pendampingan Branding dan Pemasaran bagi Pelaku UMKM dan Perangkat Desa Batik Semarangan di Kampung Batik Rejomulyo” dapat terlaksana dengan baik. Kegiatan ini dilaksanakan oleh pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata. Kegiatan pelatihan ini diselenggarakan di Kampung Batik Semarang Kampung Batik Rejomulyo.

Kegiatan pengabdian ini diselenggarakan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha UMKM Batik Semarangan dalam memasarkan produk mereka. Pengabdian ini memberikan edukasi mengenai pentingnya kemasan, penggunaan media sosial dan fotografi produk untuk memasarkan produk semakin menarik perhatian konsumen.

Kegiatan yang telah dilaksanakan ini dapat berjalan dengan baik karena adanya pihak-pihak yang mendukung. Oleh sebab itu, kami ingin mengucapkan Terima kasih dengan hormat kepada:

1. Pelaku Usaha UMKM dan warga Kampung Batik Rejomulyo khususnya di Kampung Djadhoel.
2. Ida Purwati selaku ketua RW 02 Rejomulyo
3. Umair Abdullah Kholilurrahman, S.E., selaku Ketua RT 04 RW 02 Rejomulyo
4. Para Mahasiswa yang daftar namanya ada dilaporan yang telah membantu selama proses kegiatan pengabdian ini.
5. Rektor Universitas Katolik Soegijapranata yang telah memfasilitasi dan mendukung kegiatan ini.
6. Kepala LPPM Universitas Katolik Soegijapranata dan rekan-rekan yang telah memfasilitasi dan mendukung kegiatan ini.
7. Fakultas Hukum dan Komunikasi yang telah mendukung kegiatan ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran acaraa pengabdian ini sehingga dapat berjalan dengan baik.

Kegiatan pengabdian tidak terlepas dari adanya kesalahan dan kekurangan. Kritik dan saran akan menjadi pendukung dan pengembangan untuk kegiatan selanjutnya. Diharapkan kegiatan ini dapat dilanjutkan kembali dengan perencanaan yang lebih baik dan pengembangan kegiatan yang lebih baik pula.

Semarang, 12 Juni 2023

RINGKASAN

Batik Semarangan merupakan batik khas Semarang. Lokasi pengembangan Batik Semarangan besar dan berkembang di Desa Rejomulyo di Semarang. Meskipun di Desa Rejomulyo telah dinobatkan sebagai Kampung Batik akan tetapi bagi warga Semarang sendiri Batik Semarangan masih sedikit yang sadar baik produk maupun kampung batik tersebut. Permasalahan tersebut yang menjadikan Batik Semarangan belum menjadi hal yang diinginkan karena tidak dikomunikasikan dengan baik. Oleh sebab itu para pelaku usaha penting untuk mengembangkan pemasaran produk batik Semarangan. Program yang ditawarkan dalam pengabdian ini adalah pendampingan dan pelatihan pemasaran bagi pelaku usaha batik. Sosialisasi dan pendampingan komunikasi pemasaran yang dilakukan adalah manajemen kemasan sebagai pemikat dan penambah nilai jual. Berikutnya adalah sosialisasi dan pendampingan teknik foto produk untuk fesyen. Selanjutnya adalah sosialisasi dan pendampingan pemasaran melalui media sosial.

Ringkasan: Manajemen kemasan, Teknik foto produk, media sosial, pemasaran, Kampung Batik

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Semarang merupakan salah satu kota di Jawa yang memiliki keberagaman dan potensi daerah yang besar. Salah satunya adalah Batik Semarangan. Batik Semarangan merupakan karya dalam bidang fesyen. Beberapa produk hasil dari Batik Semarangan adalah pakaian, sarung, pernak-pernik dan lainnya lagi. Batik Semarangan telah berdiri sejak 1970an pada zaman kolonial Belanda. Batik Semarangan di kembangkan di desa Rejomulyo tepatnya di Jalan Batik No. 698A, kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Semarang Timur, Kota Semarang, Jawa Tengah.

Desa Rejomulyo menjadi menarik karena telah menjadi salah satu destinasi wisata Kota Semarang di mana desa tersebut ditetapkan sebagai Kampung Batik. Oleh sebab itu beberapa warga Kampung Batik Rejomulyo telah menjadi pengrajin dan pelaku UMKM dengan produk Batik Semarangan. Batik Semarangan terdiri dari beberapa motif yaitu [1]:

1. Batik Blekok Srandol
2. Batik Tugu Muda
3. Asam Arang
4. Cheng Ho Neng Klenteng
5. Warak Ngendok

6. Lawang Sewu

1.2 Permasalahan Mitra

Di Kota Semarang tepatnya di Semarang Timur terdapat sebuah tempat yang menjadi sentra batik khas Semarang, yaitu Kampung Batik Rejomulyo [2]. Tak banyak yang tahu jika Kota Semarang memiliki Kampung Batik. Hal tersebut terjadi karena selama ini Semarang memang tidak dikenal sebagai daerah penghasil batik seperti Solo maupun Pekalongan. [3]

Produksi batik di Kota Semarang memang belum sebesar Yogyakarta, Solo, maupun Pekalongan. Namun, motif-motif batik Semarang memiliki ciri yang khas. [4] Berdasarkan dari informasi tersebut membuktikan bahwa pengenalan mengenai batik dalam rangka memasarkan produk Batik Semarang menjadi bahan menarik untuk dikembangkan.

Permasalahan yang muncul adalah, karena kurangnya informasi mengenai Batik khas Semarang ini, membuat warga Semarang sendiri tidak mengetahui produk tersebut. Maka penting bagi pelaku UMKM dan warga sekitar serta perangkat desa memahami konsep pemasaran yang akan membantu mengenalkan produk Batik Semarang dengan baik.

1.2 Pemasalahan Mitra

Berdasar dari penelitian paing yang dilakukan dengan mahasiswa menunjukkan bahwa secara garis besar pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM kampung batik Semarang belum menghasilkan *awareness* dikalangan masyarakat. Penelitian payung yang dilakukan oleh mahasiswa berfokus pada alat pemasaran yang digunakan oleh pelaku UMKM Batik Semarang seperti *Personal Selling*, *Sales Promotion*, *Word of Mouth* dan *Brand Awareness*. Metode yang digunakan sebagai pisau analisis dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Dari kegiatan penelitian tersebut mahasiswa mendapatkan kendala karena metode pemasaran yang dilakukan kurang beragam dan tidak menerapkan prosedur penelitian yang sesuai. Terlebih, pada pencarian responden dalam kontek konsumen baik penelitian kualitatif dan kuantitatif sulit untuk ditemukan karena sepi.

Dari temuan tersebut menunjukkan bahwa permasalahan yang muncul dari banyak faktor yang membuat Batik Semarang belum dikenal dan belum mengemas penjualan dengan metode pemasaran yang tepat.

Oleh sebab itu perlu dilakukan sosialisasi pentingnya konsep pemasaran yang menarik. Sosialisasi pemasaran yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan UMKM adalah Sosialisasi Kemasan Produk sebagai pengikat daya tarik dan menambah nilai jual

HASIL DAN LUARAN

Kegiatan sosialisasi dilakukan di Kampung Batik pada hari Sabtu, 27 Juni 2023. Kegiatan dihadiri oleh Ketua RT 02 dan Ketua RW 04 Kelurahan Rejomulyo. Berikutnya yang hadir adalah para pelaku usaha yang ada di Desa Kampung Batik Rejonulyo khususnya di Kampoeng Djadhoel. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan sosialisasi dan diskusi dengan para pelaku UMKM.

Sosialisasi Manajemen Kemasan Produk

Informasi tentang kemasan perlu disampaikan kepada para pelaku UMKM. Kemasan berfungsi sebagai identitas produk; memberi keamanan dan kenyamanan produk dan pelanggan; media ruang informasi dan promosi produk; menambah daya tarik; menambah nilai jual. Pelaku UMKM di Desa Kampung Batik telah banyak menggunakan kemasan. Akan tetapi kemasan hanya menggunakan plastik bening untuk pembungkus kain, plastik biasa untuk membungkus belanjaan dan beberapa menggunakan *paper bag* akan tetapi motif dan modelnya biasa saja. Oleh sebab itu perlu ada pengetahuan mengenai kemasan yang menarik.



Maka tips kemasan yang menarik adalah memilih jenis dan bahan kemasan yang sesuai dengan produk dan harga; mempertimbangkan desain yang sesuai dengan produk dan identitas usaha; memberi informasi produk di kemasan; berikan legalitas pemerintah di kemasan agar konsumen percaya dan merasa aman.

Berikutnya adalah langkah strategis untuk mendukung kemasan adalah:

- Tentukan identitas, keunikan dan kebaruaran
 - Misalnya membuat produksi spesial lebaran / ulang tahun dari umkm
 - Membuat produk unggulan misal ke-khasan “Batik Lestari” dengan packaging dan warna yang di inginkan. Contohnya kalau di café ada menu khas kopi “antarakata”. Sebagai produk andalan
- Kemas produk semenarik mungkin
- Kesesuaian harga antara kemasan dan produk.
- Menyiapkan promo-promo yang mendukung agar lebih menarik daya pikat.

SOLUSI PERMASALAHAN

Berdasarkan apa yang telah disebutkan dalam latar belakang permasalahan, maka tujuan pengabdian ini adalah memberikan pendampingan dan pelatihan mengenai Branding Manajemen. Pelatihan ini lebih fokus pada bagaimana manajemen kemasan sebagai identitas dan menambah nilai jual pada produk.

PELAKSANAAN KEGIATAN DAN EVALUASI

Dalam mewujudkan tujuan pengembangan pemasaran, *branding* dan produk Batik Semarangan di Kampung Batik Rejomulyo maka akan dilakukan beberapa kegiatan yaitu:

Pendampingan Manajemen Kemasan

Waktu : 27 Mei 2023
 Tempat : Kampung Batik Rejomulyo
 Sasaran : Pelaku UMKM di Kampung Batik Rejomulyo
 Narasumber : Rotumiar Pasaribu, SS., M.I.Kom

Adapun kegiatan tersebut didukung oleh beberapa mahasiswa yaitu:

1. Patrice Grasia R.A - 20.M1.0061
2. Aldama Syadza - 20. M1.0110
3. Febryanti Simamora - 20.M1.0111
4. Putea Choirina Prasetyo - 20.M1.0112

Mahasiswa membantu proses pelaksanaan pendampingan. Mahasiswa akan ditugaskan sebagai pembawa acara, operator, administratif dan dokumentasi.

Selama proses kegiatan para peserta dalam konteks ini adalah pelaku UMKM aktif dalam mendiskusikan mengenai topik sosialisasi. Para pelaku UMKM bertanya mengenai:

1. Model kemasan apa yang cocok tetapi harganya sesuai?

Rotumiar: tergantung produk dan harga produk. Jangan sampai terlalu mementingkan kemasan yang menarik dan membuat harga mahal sehingga rugi.

2. Bagaimana membuat kemasan? Apakah bikin sendiri atau pesan? Lalu masalah harga bagaimana?

Rotumiar: Bisa bikin sendiri bisa pesan. Pertama perhatikan harga; berikutnya perhatikan waktu pembuatan kemasan, jangan sampai menyita waktu sehingga kegiatan penjualan dan promosi lainnya terbengkalai; kemudian jika membuat sendiri atau pesanan dilakukan survei apakah sudah sesuai dengan selera konsumen dan pemilik usaha.

Di luar dari pertanyaan saat sosialisasi berlangsung. Ketua RW, Ketua RW dan pendamping Pokdarwis Kampung Batik tepatnya di Kmapoeng Djadoel meyakinkan masukan bahwa mereka membutuhkan pelatihan yang intensif dan berkelanjutan untuk manajemen kemasan, teknik foto produk dan penggunaan media sosial. Mereka menyampaikan jika hanya dilakukan satu kali peserta akan hanya sambal lalu. Dengan adanya kegiatan yang berkelanjutan dan praktik dengan durasi waktu pelatihan lebih lama maka pengembangan Batik Rejomulyo akan lebih tampak dan pelaku UMKM paham baik secara materi maupun praktik dan dilakukan secara langsung dalam pengembangan pemasaran Batik Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] <https://www.orami.co.id/magazine/batik-semarang>
- [2] Oktafiyanto, Alvian. "Kampung Batik Semarang Bersolek." *Halo Semarang*, 29 Desember 2020, www.halosemarang.id/kampung-batik-semarang-bersolek. Diakses pada 11 Agustus 2022.
- [3] <https://joglojateng.com/2021/07/30/batik-kota-semarang-yang-jarang-diketahui/>
- [4] <https://regional.kompas.com/read/2022/03/11/153054678/lestarian-batik-di-semarang-eko-haryanto-bedakan-batik-semarang-semarangan?page=all>

Lampiran

1. Notulensi tanya jawab

Para pelaku UMKM bertanya mengenai:

1. Model kemasan apa yang cocok tetapi harganya sesuai?

Rotumiar: tergantung produk dan harga produk. Jangan sampai terlalu mementingkan kemasan yang menarik dan membuat harga mahal sehingga rugi.

2. Bagaimana membuat kemasan? Apakah bikin sendiri atau pesan? Lalu masalah harga bagaimana?





Rotumiar: Bisa bikin sendiri bisa pesan. Pertama perhatikan harga; berikutnya perhatikan waktu pembuatan kemasan, jangan sampai menyita waktu sehingga kegiatan penjualan dan promosi lainnya terbengkalai; kemudian jika membuat sendiri atau pesanan dilakukan survei apakah sudah sesuai dengan selera konsumen dan pemilik usaha.

Di luar dari pertanyaan saat sosialisasi berlangsung. Ketua RW, Ketua RW dan pendamping Pokdarwis Kampung Batik tepatnya di Kmapoeng Djadoel meyapaikan masukan bahwa mereka membutuhkan pelatihan yang intensif dan berkelanjutan untuk manajemen kemasan, teknik foto produk dan penggunaan media sosial. Mereka menyampaikan jika hanya dilakukan satu kali peserta akan hanya sambal lalu. Dengan adanya kegiatan yang berkelanjutan dan praktik dengan durasi waktu pelatihan lebih lama maka pengembangan Batik Rejomulyo akan lebih tampak dan pelaku UMKM paham baik secara materi maupun praktik dan dilakukan secara langsung dalam pengembangan pemasaran Batik Semarang.

2. Materi Pendampingan



	<p>Berapakah harga 1 kg gula berikut? Rp. 13.000,00</p>	<p>Berapakah harga 1 kg gula berikut? Rp. 15.000,00</p> 	
	<p>Berapakah harga Es Teh berikut? Rp. 3.000,00</p>	 <p>Berapakah harga Es The berikut? Rp. 5000,00</p>	
	<p>Berapa harga 1 lembar kain batik berikut?</p>	 <p>Kalau sudah jadi begini harganya berapa?</p>	
<p>Fungsi kemasan produk</p> <p>1. Sebagai identitas brand</p> 		<p>Fungsi kemasan produk</p> <p>1. Sebagai identitas brand</p> 	
<p>Fungsi kemasan produk</p> <p>2. Memberikan keamanan dan kenyamanan pada produk dan pelanggan</p> 		<p>Fungsi kemasan produk</p> <p>3. Media ruang informasi dan promosi produk</p> 	
<p>Fungsi kemasan produk</p> <p>4. Menambah daya tarik</p> 		<p>Fungsi kemasan produk</p> <p>5. Menambah nilai jual</p> 	

<p>Tips membuat kemasan produk yang menarik dan meningkatkan nilai jual</p> <p>1. Pertimbangkan bahan penyusun kemasan</p> 	<p>Tips membuat kemasan produk yang menarik dan meningkatkan nilai jual</p> <p>2. Pilih desain yang sesuai</p> 
<p>Tips membuat kemasan produk yang menarik dan meningkatkan nilai jual</p> <p>3. Beri informasi produk</p> 	<p>Tips membuat kemasan produk yang menarik dan meningkatkan nilai jual</p> <p>4. Tambahkan data legalitas dari pemerintah</p> 
<p>LangkahStrategis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tentukan identitas, keunikan dan kebaharuan <ul style="list-style-type: none"> • Misalnya membuat produksi edisi spesial lebaran/ ulang tahun dari umkm • Membuat produk unggulan misal ke-khasan "Batik Lestari" dengan packaging dan warna yang di inginkan. Contohnya kalau di café ada menu khas kopi "antarakata". Sebagai produk andalan. • Kemudian kemas produk semenarik mungkin • Sesuaikan harga antara kemasan dan produk. Jangan sampai rugi! • Siapkan promo-promo yang mendukung agar lebih menarik daya pikat. • Siap Jual! Siap Untung! Siap Laris! Siap Dikenal! 	<p>Terima Kasih</p>

3. Foto Kegiatan





4. Presensi Kehadiran Peserta



Jl. Pawiyatan Luhur IV/ 1, Bendan Duwur, Semarang 50234
Telp. (024) 8441555, 8505003 (hunting) Fax. (024) 8415429 - 8445265
e-mail: unika@unika.ac.id http://www.unika.ac.id



Talenta pro patria et humanitate

**Daftar Hadir Pendampingan dan Pelatihan Branding, Pemasaran, bagi Pelaku
dan Perangkat Desa Batik Semarangan
Sabtu, 27 Mei 2023, Jam 14.00 s.d. 17.00 WIB
Tempat Kampoeng Djadhoel Semarang**

NO	NAMA	NAMA TOKO BATIK/JABATAN PERANGKAT DESA	TANDA TANGAN
1	Siti Afifah	BATIK FIGA	[Signature]
2	Sylvia Arista	STMJ Karangdoro	[Signature]
3	Sekanto	Kp. Batik Tgl 995	[Signature]
4	IDA. PURWATI	Kp Batik Gedouc 435	[Signature]
5	EMDANG WA	Kp. BATIK TENGAH 428	[Signature]
6	Christina. R	Kp Batik tengah	[Signature]
7	Hidayatul Q	Kp. Susu Krdoro	[Signature]
8	MUDJIYATI	Kp. Batik tengah	[Signature]
9	Geo P.L	Kp. Batik Tengah	[Signature]
10	Ali Basja	Kp. Batik Tengah 445	[Signature]
11	Ign. Luni Yanto	Kp. Batik Tgl. 444	[Signature]
12	Kusno	Kp. Batik Tgl 443	[Signature]
13	Umar Alakhol K	Kp. Batik Tgl 982	[Signature]
14	Dodo Budiman	Kp. Batik Tengah 428	[Signature]
15	Budi Cahyono	432	[Signature]
16	INDRS. D	441	[Signature]

