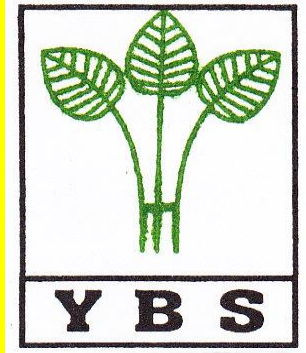


JURNAL ILMIAH BINALITA SUDAMA MEDAN



ISSN: 2541-1039

HUBUNGAN PENGETAHUAN IBU DENGAN PEMBERIAN MAKANAN PENDAMPING ASI PADA IBU MENYUSUI (MP-ASI) DI WILAYAH PUSKESMAS AEK KANOPAN KABUPATEN LABUHAN BANTU UTARA

Havija Sihotang, Nenny Sufrika Hasibuan

HUBUNGAN PEMBERIAN ASI EKSKLUSIF DENGAN JARAK KEHAMILAN PADA IBU DI WILAYAH KERJA PUSKESMAS SEI MENCIRIM KABUPATEN DELI SERDANG (**Elvi Susanti Lubis**)

Mengembangkan Bisnis Optikal Dengan Pemasaran digital dan Teknologi Modren di Kecamatan Medan Timur Tahun 2019 (**Roy Candra Nainggolan, Zulianti, Andri**)

PENGARUH TERAPI AKTIVITAS KELOMPOK STIMULASI PERSEPSI TERHADAP KONSEP DIRI PADA KLIEN HARGA DIRI RENDAH DI RUMAH SAKIT JIWA DAERAH PROVSU (**Iga Yunita, Riny Apriani**)

PENGETAHUAN DAN SIKAP SISWA TENTANG PENYALAHGUNAAN NARKOBA DI SMA AEK KANOPAN KECAMATAN LABUHAN BATU UTARA TAHUN 2019 (**Emilia Sari**)

ANALISA KALIBRASI ALAT SYRINGE PUMP BERBASIS STANDART ECRI (416-0595) (**Bambang Suryanto, S.Si, M.Si; Ulfa Hanim, S.Si, M.Pd; Bomer Pargaulan Sinaga**)

GAMBARAN PENGETAHUAN REMAJA PUTRI TENTANG MENSTRUASI DAN SIKLUS MENSTRUASI DI KELAS VISD N. 112321 KAMPUNG PAJAK KECAMATAN NA IX-X KABUPATEN LABUHAN BATU UTARA (**Friska Ledina Situngkir**)

Hubungan Penyuluhan Kesehatan Mata dengan Tingkat Pengetahuan Siswa/I Tentang Buta Warna Di SMA Aek Kanopan Tahun 2019 (**Abdul Manaf, Erwin Yasir Siregar, RO, S.Ikom, yulia Annisa**)

Mendeteksi Dini Pasien Low Vision Di RSUD Dr. Djasamen Saragih Pematang Siantar Tahun 2019 (**Syahru Romadhan, Yenni**)

ANALISIS PENGARUH FOCUS FILM DISTANCE PADA PESAWAT RONTGEN GENERAL PURPOSE (**Hotromasari Dabukke, M. Si**)

JURNAL ILMIAH

BINALITA SUDAMA

Diterbitkan oleh Yayasan Binalita Sudama Medan

Pelindung

Pembina Yayasan Binalita Sudama Medan

Penasehat

Pengurus Yayasan Binalita Sudama Medan

Penanggungjawab

1. Suhardiono, M.Kes
2. Ns. Widyawati, S.Kep, M.Kes
3. Imnadir, MT
4. Arya Novika Naulista Siregar, RO, M.Pd

Pemimpin Redaksi

Elvi Susanti Lubis, M.Kes

Sekretaris Redaksi

Zulianti, RO, SKM

Bendahara

Havija Sihotang, M.Kep

Tim Editor

1. Teguh Supriyadi, MPH
2. Hj. Eriyani, M.Kep
3. Riny Apriani, M.Kep
4. Roy Chandra Nainggolan, RO, SE

JURNAL ILMIAH

BINALITA SUDAMA

Diterbitkan oleh Yayasan Binalita Sudama Medan

Jadwal Penerbitan

Terbit dua kali dalam setahun

Penyerahan Naskah

Naskah merupakan hasil penelitian dan kajian pustaka ilmu kesehatan yang belum pernah dipublikasikan/ diterbitkan paling lama 5 (lima) tahun terakhir. Naskah dapat dikirim melalui e-mail atau diserahkan langsung ke Redaksi dalam bentuk rekaman *Compact Disk* (CD) dan *Print-out* 2 eksemplar, ditulis dalam *MS Word* atau dengan program pengolahan data yang kompatibel. Gambar, ilustrasi, dan fotodimasukkan dalam file naskah.

Penerbitan Naskah

Naskah yang layak terbit ditentukan oleh Dewan Redaksi setelah mendapat rekomendasi dari Mitra Bestari. Perbaikan naskah menjadi tanggungjawab penulis dan naskah yang tidak layak diterbitkan akan dikembalikan kepada penulis.

Alamat Redaksi

Akper Binalita Sudama Medan
Jl. Gedung PBSI/ Jl. Pancing No.1 Pasar V Barat
Medan Estate 20371
Telp. (061) 6620661, Fax. (061) 6620661

PENGANTAR REDAKSI

Puji Syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmatNya sehingga **Jurnal Ilmiah Binalita Sudama** ini dapat kami terbitkan.

Jurnal Ilmiah Binalita Sudama ini diterbitkan dalam rangka memberikan wadah bagi para dosen/mahasiswa untuk mempublikasikan hasil penelitian dan karya ilmiah dalam bidang kesehatan.

Sebagai jurnal yang baru pertama diterbitkan, kami menyadari tentunya banyak sekali kekurangan baik dari segi tampilan maupun isinya. Karena itu kritik dan saran amat kami butuhkan demi perbaikan jurnal ini dikemudian hari.

Akhir kata semoga jurnal ini dapat memberi manfaat besar bagi dunia pendidikan, khususnya bidang kesehatan.

Medan, Mei 2019

Redaksi

DAFTAR ISI

HUBUNGAN PENGETAHUAN IBU DENGAN PEMBERIAN MAKANAN PENDAMPING ASI PADA IBU MENYUSUI (MP-ASI) DI WILAYAH PUSKESMAS AEK KANOPAN KABUPATEN LABUHAN BANTU UTARA Havija Sihotang, Nenny Sufrika Hasibuan	80
HUBUNGAN PEMBERIAN ASI EKSKLUSIF DENGAN JARAK KEHAMILAN PADA IBU DI WILAYAH KERJA PUSKESMAS SEI MENCIRIM KABUPATEN DELI SERDANG Elvi Susanti Lubis	88
Mengembangkan Bisnis Optikal Dengan Pemasaran digital dan Tekhnologi Modren di Kecamatan Medan Timur Tahun 2019 Roy Candra Nainggolan, Zulianti, Andri	96
PENGARUH TERAPI AKTIVITAS KELOMPOK STIMULASI PERSEPSI TERHADAP KONSEP DIRI PADA KLIEN HARGA DIRI RENDAH DI RUMAH SAKIT JIWA DAERAH PROVSU Iga Yunita , Riny Apriani	104
PENGETAHUAN DAN SIKAP SISWA TENTANG PENYALAHGUNAAN NARKOBA DI SMA AEK KANOPAN KECAMATAN LABUHAN BATU UTARA TAHUN 2019 Emilia Sari	112
ANALISA KALIBRASI ALAT SYRINGE PUMP BERBASIS STANDART ECRI (416-0595) Bambang Suryanto, S.Si, M.Si; Ulfa Hanim, S.Si, M.Pd; Bomer Pargaulan Sinaga	120
GAMBARAN PENGETAHUAN REMAJA PUTRI TENTANG MENSTRUASI DAN SIKLUS MENSTRUASI DI KELAS VISD N. 112321 KAMPUNG PAJAK KECAMATAN NA IX-X KABUPATEN LABUHAN BATU UTARA Friska Ledina Situngkir	128
Hubungan Penyuluhan Kesehatan Mata dengan Tingkat Pengetahuan Siswa/I Tentang Buta Warna Di SMA Aek Kanopan Tahun 2019 Abdul Manaf, Erwin Yasir Siregar, RO, S.Ikom, Yulia Annisa	136
Mendeteksi Dini Pasien Low Vision Di RSUD Dr. Djasamen Saragih Pematang Siantar Tahun 2019 Syahru Romadhan, Yenni	144
ANALISIS PENGARUH FOCUS FILM DISTANCE PADA PESAWAT RONTGEN GENERAL PURPOSE	

Hotromasari Dabukke, M. Si..... 152

**PEDOMAN PENULISAN NASKAH JURNAL ILMIAH
KESEHATAN BINALITA SUDAMA MEDAN**

**MENGEMBANGKAN BISNIS OPTIKAL DENGAN PEMASARAN
DIGITAL DAN TEKNOLOGI MODERN DI KECAMATAN
MEDAN TIMUR TAHUN 2019**

Roy CandraNainggola, Zulianti, Andri
E-mail :bgtroy88@gmail.com
Prodi: Optometri
STIKes Binalita Sudama Medan

Abstrak

Salah satu gagasan di era modern ini yaitu pemasaran melalui Digital Marketing dimana para pengusaha ataupun perusahaan dapat memasarkan produknya ke khalayak luas, mempromosikan produk, melakukan transaksi usaha dll. Serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara menyeluruh, dalam rangka memperluas jaringan usahanya, serta dipercaya memiliki efisiensi anggaran yang cukup hemat. Tujuan penelitian ini adalah memberikan satu analisis mengenai seberapa besar peran Digital Marketing bila digunakan sebagai upaya pemasaran bisnis optikal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian persentase dan student t-test, metode persentase ini berkaitan dengan pengumpulan data untuk menentukan jumlah dari variabel dalam hitungan persen sedangkan metode student t-test adalah uji komparatif untuk menilai perbedaan antara nilai tertentu dengan rata-rata kelompok populasi dengan sampel sebanyak 10 sampel. Dari hasil pengujian hipotesis t-test secara keseluruhan, menghasilkan penelitian bahwa tingkat kenaikan omset melalui Digital Marketing diatas 40%. Kesimpulan penelitian ini digital marketing di era modern sekarang ini berdampak besar terhadap peningkatan penjualan dan omset didalam bisnis optikal.

Kata Kunci :Pemasaran Digital – Teknologi Modern

PENDAHULUAN

Manajemen pemasaran adalah proses penetapan tujuan-tujuan pemasaran bagi suatu organisasi (dengan mempertimbangkan sumber daya internal dan peluang pasar), perencanaan, dan pelaksanaan aktivitas untuk memenuhi tujuan-tujuan tersebut, dan mengukur kemajuan ke arah pencapaiannya. Globalisasi telah mendorong beberapa perusahaan untuk memasarkan di luar negara asal mereka. Pemasaran internasional merupakan bagian dari strategi pemasaran perusahaan-perusahaan tersebut. Manajer pemasaran sering bertanggung jawab untuk mempengaruhi tingkat, waktu, dan komposisi permintaan pelanggan. Hal itu berlaku tidak pada semua kasus karena peran seorang manajer pemasaran dapat bervariasi sangat signifikan berdasarkan ukuran bisnis, budaya organisasi, dan konteks industri. Sebagai contoh, dalam sebuah perusahaan produk konsumen besar, manajer pemasaran dapat bertindak sebagai manajer umum dari keseluruhan produk yang menjadi tugasnya. Untuk menciptakan strategi manajemen pemasaran yang efektif dan efisien, perusahaan harus memiliki pemahaman mendetail dan objektif mengenai bisnis mereka sendiri dan pasar tempat mereka beroperasi. Dalam menganalisis permasalahan-permasalahan ini, bidang manajemen pemasaran sering tumpang-tindih bidang perencanaan strategis.

Dunia usaha dan bisnis merupakan pelaku ekonomi terbesar dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia merupakan jembatan

sebagai menutupi pasar nasional dalam masa krisis, terlebih di sektor usaha kecil, perusahaan besar mampu membuat perekonomian Indonesia semakin membaik, selain menjadi faktor naiknya perekonomian di Indonesia sektor usaha merupakan bagian terpenting memberikan peluang kerja masyarakat di Indonesia dalam mengurangi upaya pengangguran.

Salah satu kunci keberhasilan dunia usaha adalah tersedianya pasar yang jelas bagi produk mereka. Peran teknologi modern sangat berpengaruh bagi kelangsungan pemasaran suatu produk dan jasa yang dilakukan perusahaan dan seorang pengusaha keduanya tidak lepas di zaman era modern seperti sekarang.

Salah satu gagasan di era modern ini yaitu pemasaran melalui Digital Marketing dimana para pengusaha ataupun perusahaan dapat memasarkan produknya ke khalayak luas, mempromosikan produk, melakukan transaksi usaha dll. Serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara menyeluruh, dalam rangka memperluas jaringan usahanya, serta dipercaya memiliki efisiensi anggaran yang cukup hemat. Digital Marketing adalah suatu usaha untuk melakukan pemasaran sebuah brand atau produk melalui dunia digital atau internet. Bisa melalui iklan di internet, facebook, youtube, ataupun media sosial lainnya. Tujuannya adalah untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu. Oleh karena itu Digital Marketing sangat berkaitan dengan teknologi modern di era zaman sekarang

ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan satu analisis mengenai seberapa besar peran Digital Marketing bila digunakan sebagai upaya pemasaran bisnis optikal.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian persentase dan student t-test, metode persentase ini berkaitan dengan pengumpulan data untuk menentukan jumlah dari variabel dalam hitungan persen sedangkan metode student t-test adalah uji komparatif untuk menilai perbedaan antara nilai tertentu dengan rata-rata kelompok populasi. Student t test disebut juga dengan istilah one variabel t test atau uji t satu variabel oleh karena uji t di sini menggunakan satu variabel.

Lokasi Penelitian Penelitian ini dilakukan di 10 Optik yang telah menggunakan Digital Marketing Di Kecamatan Medan Timur

Waktu Penelitian Penelitian dilaksanakan akan berlangsung selama kurang lebih 1 bulan, mulai dari bulan Maret sampai dengan bulan April 2019.

Sumber Data Dari primer adalah data yang diperoleh penulis melalui observasi atau pengamatan langsung dari perusahaan, baik itu melalui observasi dan wawancara secara langsung dengan pimpinan dan karyawan perusahaan.

Populasi dan Sampel Adapun yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah berbagai bisnis optikal di Medan yang ada hubungannya dengan pemasaran digital dan teknologi modern. Adapun

pengambilan sampel dilakukan dengan merandom populasi, sampel diambil dari berbagai bisnis optikal di medan yang akan menjadi perwakilan dari seluruh bisnis optikal di kota medan.

Metode Pengumpulan Data Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi (pengamatan) dan wawancara (interview).

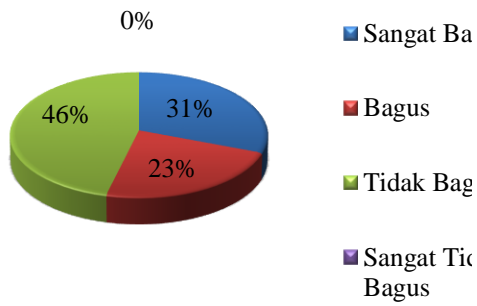
HASIL PENELITIAN

Dari data hasil penelitian kita bisa mendapatkan besarnya kenaikan omset dengan adanya pengaruh Digital Marketing dan seberapa besar pengaruhnya dalam persen. Berikut rumus yang akan peneliti gunakan dalam perhitungan persen yaitu rumus dari Stephen Schmidt (1994) yaitu :

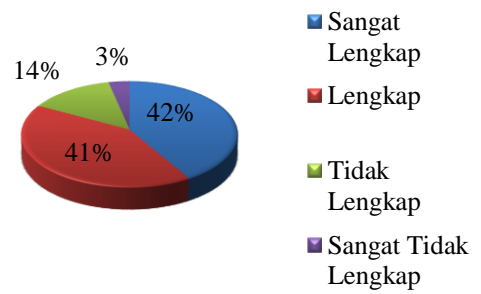
$$P = \frac{f}{N} (100)$$

Dimana (P) menggambarkan persentase, (f) menggambarkan frekuensi dan (N) merupakan jumlah total. (Frederick J. Gravetter & Larry B. Wallnau 2014. Statistics for the Behavioral Sciences Eight Edition).

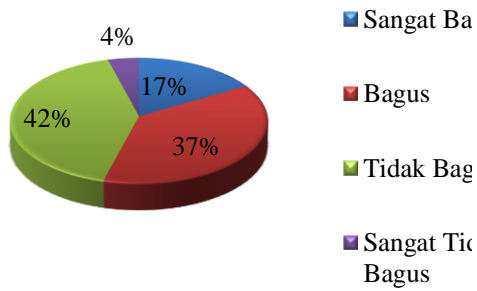
Pertanyaan 1



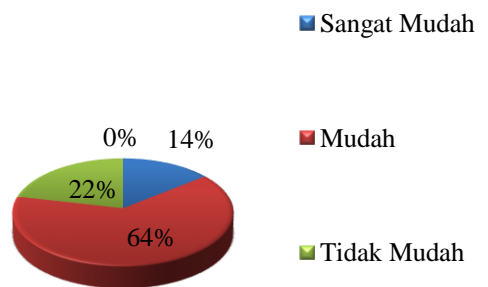
Pertanyaan 3



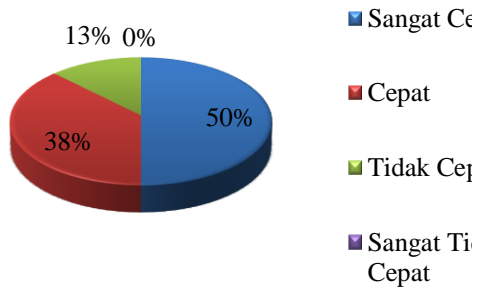
Pertanyaan 2



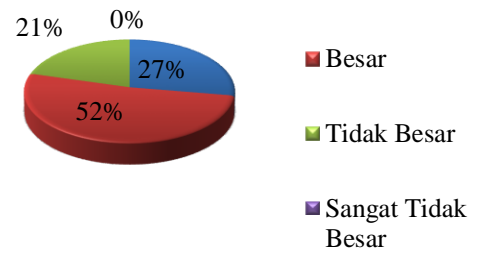
Pertanyaan 4



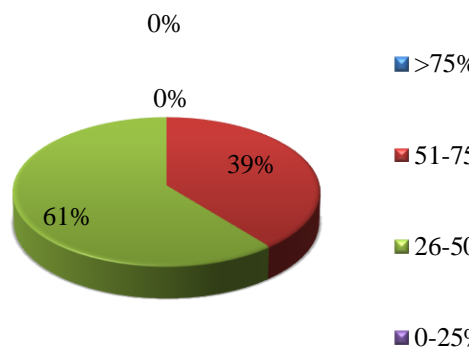
Pertanyaan 5



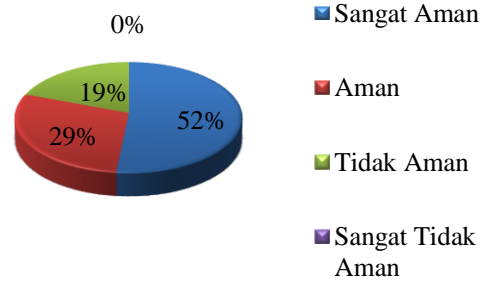
Pertanyaan 7



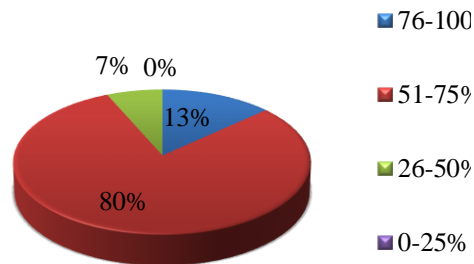
Pertanyaan 6



Pertanyaan 8



Pertanyaan 9

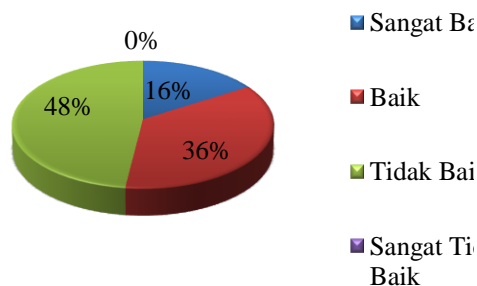


responden itu adalah sebesar 277 :
400 = 69,25%

Berikut hasil pengujian hipotesisnya:

No	Nama Optik	Jumlah
1	Lily's Optik	34
2	Optik Bonia	27
3	Optik Bonia	28
4	Optik Bonia	28
5	Optik Panen Mas	19
6	Optik Cemerlang	27
7	Veco Optical	32
8	Optik 150K	26
9	Optik Pelita	23
10	Optik Tri Jaya	33

Pertanyaan 10



Uji Student T Test diatas merupakan perhitungan manual student t test dengan menggunakan perhitungan aplikasi MS Excel.

Keterangan :

- Count : Banyak sample yang digunakan (N).
- Mean =AVERAGE (MS Excel) : Rata-rata kelompok sampel atau responden yang diuji.
- Standard Deviasi =STDEV.S (MS Excel) : Standard Deviasi sampel.
- Mean Spesifik : Rata-rata yang menjadi perbandingan.
- t table =TINV (MS Excel) : t tabel uji 1 pihak pada DF N-1 dan probabilitas atau Alpha yang ditentukan.
- df : Nilai DF (Degree of Freedom) yaitu N-1 (banyaknya sampel - 1).

Hasil Pengujian Hipotesis

Dari data diatas saya mendapatkan jumlah skor kriterium (bila setiap butir mendapat skor tertinggi) = $4 \times 10 \times 10 = 400$. Dengan demikian peranan Digital Marketing terhadap peningkatan penjualan menurut persepsi 10

1. H0 : tingkat kenaikan omset penjualan dengan menggunakan Digital Marketing maksimal 40%

- $0,4 \times 4 = 1,6$
- H1 : tingkat kenaikan omset penjualan dengan menggunakan Digital Marketing minimal 40%
 - $0,4 \times 4 = 1,6$
 - $\alpha = 5\% \rightarrow 0,05$
 - Statistic uji :

$$t = \frac{\bar{X} - \mu_0}{s/\sqrt{n}}$$

Rumus Student T Test

$$t = \frac{27,7-1,6}{4,5716/\sqrt{10}} = \frac{26,1}{1,445} = 18,062$$

Keterangan:

t : t hitung

\bar{X} : rata-rata sampel

μ_0 : rata-rata spesifik atau rata-rata tertentu (yang menjadi perbandingan)

s : standart deviasi sampel

n : jumlah sampel.

- t table untuk $\alpha = 0,05 \rightarrow 2,262$
- t hitung > dari t table sehingga jatuh di daerah penerimaan H1, dengan demikian H0 ditolak pada taraf 5% dan H1 diterima. Yang berarti tingkat kenaikan omset melalui Digital Marketing diatas 40%

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan maka dapat kita ambil kesimpulan sebagai berikut :

- Digital Marketing di era modern sekarang ini berdampak besar terhadap peningkatan penjualan dan omset didalam bisnis optikal.
- Digital Marketing merupakan salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan omset dalam bisnis optikal.
- Bisnis optikal dapat berjalan dengan baik dan sukses dengan Digital Marketing.
- Digital Marketing memberikan dampak positif terhadap omset dalam bisnis optikal.

Saran yang dapat kita ambil dari pembahasan diatas adalah :

- Hendaknya tetap terjalin hubungan baik antara konsumen dan responden, dalam hal ini responden adalah pemilik toko yang menggunakan jasa Digital Marketing.
- Adanya peningkatan keamanan dalam Digital Marketing sehingga responden dan konsumen jadi semakin aman dalam bertransaksi.
- Dalam rangka kepuasan pelanggan hendaknya penjual juga meningkatkan pelayanan atau dengan kata lain mempercantik tampilan atau menambahkan fungsi-fungsi baru pada Digital Marketing.

Ada baiknya penelitian tentang Digital Marketing ini dilakukan dalam skala yang lebih besar dan akurat, karena hasil dari penelitian semacam ini dapat menjadi referensi yang bagus untuk perkembangan kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Gravetter, J. Frederick. Wallnau, B. Larry. 2014 *Statistics for the Behavioral Sciences Eight edition*.

Kannan, P. K., & Hongshuang, L. (2016). *Digital Marketing: A*

Framework, Review and Research Agenda. International Journal of Research in Marketing.

Soegoto, Eddy Soeryanto. 2009 *Entrpreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung. Elex Media Komputindo.*

Vernon, Mark. *Bisnis The Key Concepts.*

Zaki, Ali. SmitDev Community: *7CMS Pilihan untuk Internet Marketing.*

PEDOMAN PENULISAN NASKAH JURNAL ILMIAH BINALITA SUDAMA

Tujuan Penulisan

Penerbitan Jurnal Ilmiah Keperawatan ditujukan untuk menginformasikan hasil-hasil penelitian dalam bidang kesehatan.

Jenis Naskah

Naskah yang diajukan untuk diterbitkan dapat berupa: penelitian, tinjauan kasus, dan tinjauan pustaka. Naskah merupakan karya ilmiah asli dalam lima tahun terakhir dan belum pernah dipublikasikan sebelumnya. Ditulis dalam bentuk baku (MS Word) dan gaya bahasa ilmiah, tidak kurang dari 20 halaman, tulisan times new roman ukuran 12 font, ketikan 1 spasi dan ukuran kertas A4. Naskah yang telah diterbitkan menjadi hak milik redaksi dan naskah tidak boleh diterbitkan dalam bentuk apapun tanpa persetujuan redaksi. Pernyataan dalam naskah sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Format Naskah

Naskah diserahkan dalam bentuk *compact disk* (CD) dan *print-out* 2 eksemplar. Naskah disusun sesuai format baku terdiri dari: judul naskah, nama penulis, abstrak, latar belakang, metode, hasil dan pembahasan, kesimpulan dan saran, daftar pustaka.

Judul Naskah

Judul ditulis secara jelas dan singkat dalam bahasa Indonesia yang menggambarkan isi pokok/variabel, maksimum 20 kata.

Nama Penulis

Meliputi nama lengkap penulis utama tanpa gelar dan anggota (jika ada), disertai nama institusi/instansi, alamat institusi/instansi, kode pos, PO Box, *e-mail* penulis, dan no telp.

Abstrak

Ditulis dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, dibatasi 200-300 kata dalam satu paragraph, bersifat utuh dan mandiri, tidak boleh ada referensi. Abstrak terdiri dari: latar belakang, tujuan, metode, hasil analisa statistik, dan kesimpulan, disertai kata kunci/*keywords*.

Latar Belakang

Berisi informasi secara sistematis/urut tentang: masalah penelitian, skala masalah, kronologis masalah, dan konsep solusi yang disajikan secara ringkas dan jelas.

Metode Penelitian

Berisi tentang: jenis penelitian, desain, teknik *sampling* dan jumlah *sampel*, karakteristik responden, waktu, tempat penelitian, instrument yang digunakan, serta uji analisis statistik disajikan dengan jelas.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian hendaknya disajikan secara berkesinambungan dari mulai hasil penelitian utama hingga hasil penelitian penunjang yang dilengkapi dengan pembahasan. Hasil dan pembahasan dapat dibuat dalam suatu bagian yang sama atau terpisah. Jika

ada penemuan baru, hendaknya tegas dikemukakan dalam pembahasan. Nama tabel/diagram/gambar/skema, isi beserta keterangannya ditulis dalam bahasa Indonesia dan diberi nomor sesuai dengan urutan penyebutan teks. Satuan pengukuran yang digunakan dalam naskah hendaknya mengikuti sistem internasional yang berlaku.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan hasil penelitian dikemukakan secara jelas. Saran dicantumkan setelah kesimpulan yang disajikan secara teoritis dan secara praktis yang dapat dimanfaatkan langsung oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

Sumber pustaka yang dikutip meliputi: jurnal ilmiah, tesis, disertasi, dan sumber pustaka lain yang harus dicantumkan dalam daftar pustaka. Sumber pustaka disusun berdasarkan alfabetis, secara berurutan yaitu: nama, marga, tahun penerbitan pustaka, judul pustaka, edisi (jika ada), kota penerbit, dan nama penerbit, jumlah acuan minimal 10 pustaka.

**UCAPAN TERIMA KASIH DAN PENGHARGAAN
KEPADA :**

Selaku Penelaah (Mitra Bestari) dari Jurnal Ilmiah
Binalita Sudama Medan

JURNAL ILMIAH
BINALITA SUDAMA MEDAN

