

PEMBERDAYAAN KELOMPOK WANITA TANI ASRI PADUKUHAN WIYORO: MEMBANGUN FILOSOFI BISNIS DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PRODUK OLAHAN BERBASIS SPIRITUAL

**Sulastiningsih¹, Suci Utami Wikaningtyas², Qarriy 'Aina Urfiyya M.³, Apri Fatimah⁴, Isnaini
Nur Hanifah⁵**

^{1,2,4,5}STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta, Indonesia

³Akademi Farmasi Indonesia, Yogyakarta, Indonesia
sulastiningsih@stieww.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membangun filosofi bisnis, pengetahuan dan ketrampilan tentang produksi dan pemasaran digital bagi para anggota KWT Asri untuk meningkatkan kemandirian, kesejahteraan, serta menjaga keberlanjutan usaha. Kegiatan pengabdian ini dilakukan pelatihan produksi dan pemasaran digital, menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Selanjutnya dilakukan evaluasi hasil *pre test* dan *post test*, berdasarkan tingkat kebenaran jawaban kuesioner secara tertutup dari seluruh anggota (28 orang) KWT sebagai peserta.

Hasil jawaban menunjukkan peningkatan tingkat kebenaran pada masing-masing pelatihan, dimana terdapat tiga macam pelatihan produksi yaitu keripik bayam, teh celup bunga telang, dan teh celup jahe. Selama ini KWT Asri lebih mengedepankan pemasaran tradisional. Mengingat dewasa ini digital business dan spiritual adalah kebutuhan, maka pengabdian ini mengedepankan strategi pemasaran digital berbasis spiritual. Diawali penentuan pasar sasaran, kemudian penentuan strategi pemasaran yang terdiri dari *storytelling*, kemasan, *social media content*, testimoni, dan kualitas layanan. Disamping itu untuk menjaga keberlanjutan usaha, KWT Asri perlu menerapkan filosofi spiritual dalam berbisnis.

Kata kunci: Pemberdayaan KWT ASRI; filosofi bisnis; pemasaran digital; produk olahan

ABSTRACT

This community service initiative aims to build a business philosophy, to provide knowledge and skills regarding production and digital marketing in order to enhance the self-reliance and well-being of KWT Asri members, and business sustainability. This community service activity involved conducting training of production and digital marketing by using the Participatory Rural Appraisal (PRA) approach. Subsequently, an evaluation was conducted based on the results of pre test and post test, specially assessing the accuracy of responses to a closed-ended questionnaire completed by all 28 members of the KWT (Women Farmers Group) participating in the program.

The questionnaire results indicate an increase in the level of correctness for each training session, specially those covering spinach chips, butterfly pea flower tea bags, and ginger tea bags. So far, KWT Asri has

prioritized traditional marketing. Given that digital business and spirituality are essential needs today, this community service initiative prioritizes a spirituality-based digital marketing strategy. It begins with defining the target market, followed by determining the marketing strategy, which encompasses storytelling, packaging, social media content, testimonials, and service quality. Furthermore, to ensure business sustainability. KWT Asri needs to apply a spiritual philosophy to its business operations.

Keywords: Empowerment of KWT ASRI; business philosophy; digital marketing; processed products

PENDAHULUAN

Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi, karena KWT sebagai berperan sangat besar penggerak ketahanan pangan keluarga. Pengabdian ini fokus di Kabupaten Bantul, karena pertumbuhan KWT kategori cukup tinggi, walaupun fluktuatif, dapat dilihat pada tabel 1. berikut ini.

Tabel 1. Pertumbuhan KWT di Kabupaten Bantul

TAHUN	2021	2022	2023	2024	2025
JUMLAH KWT	500	500	503	600	700

Sumber: Pemerintah Kabupaten Bantul 2023, 2024, 2025, 2026 <https://bantulkab.go.id>

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa tingkat pertumbuhan tahun 2021-2022 adalah 0 persen, sedangkan tahun 2022-2023 adalah 0,6%, tahun 2023-2024 adalah 19,4%, dan 2024-2025 adalah 16,7%.

Pengabdian ini fokus pada KWT Asri Padukuhan Wiyoro Kabupaten Bantul. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua KWT Ibu Lamini, pada tanggal 5 Juli 2026 mengemukakan bahwa KWT Asri memiliki 3 produk yaitu dawet lidah buaya, donat labu madu, dan puding labu madu. Ketiga produk ini menunjukkan bahwa KWT Asri sudah melakukan inovasi produk dimana ketiga produk tersebut masih jarang diproduksi oleh para pebisnis. Akan tetapi pemasaran masih tradisional, dipasarkan ke tetangga, dan penduduk wilayah setempat, di lokasi KWT Asri. Mengingat dunia bisnis berbasis digital sudah merupakan kebutuhan (Kanthi et al., 2026; Kohar et al., 2024), KWT Asri harus mempelajari strategi *digital marketing*, karena anggota KWT mayoritas ibu rumah tangga, usia 50 tahun ke atas, kurang menguasai teknologi informasi, teknologi pengemasan modern.

Disamping itu varian produk juga sangat penting, agar konsumen dapat memilih lebih leluasa. Maka dari itu pengabdi memberikan pelatihan produk keripik bayam, teh celup bunga telang, dan teh celup jahe, sebagai inovasi produk olahan yang sehat, karena dewasa ini masyarakat semakin sadar kesehatan. Disamping sehat, pengabdi memberikan pelatihan bisnis berbasis spiritual, karena manusia adalah makhluk spiritual. Dengan adanya spiritual, manusia merasa utuh menjadi

manusia sesungguhnya (Fahrudin, 2024; Ulum et al., 2026). Filosofi spiritual sangat sesuai bagi masyarakat, baik sebagai penjual maupun pembeli. Dengan adanya spiritual, dapat menjadi keunggulan bagi KWT Asri.

TINJAUAN PUSTAKA

KWT merupakan organisasi wanita khususnya ibu-ibu rumah tangga baik di wilayah pedesaan maupun perkotaan, yang bergerak di sektor pertanian. Tujuan KWT adalah meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan anggota melalui ketahanan pangan dengan memanfaatkan lahan pekarangan (Wulandari & Kusumaningrum, 2024). Karakteristik utama KWT antara lain: (1) Berbasis gender, yaitu ibu-ibu rumah tangga di bidang pertanian, peternakan, dan pengolahan pangan, (2) Pemanfaatan pekarangan, yaitu pemanfaatan lahan tidur, dan pekarangan rumah, (3) Gotong Royong, manajemen pengelolaan lahan dan bibit dilakukan bersama-sama.

Dalam pencapaian bisnis perlu melibatkan strategi pemasaran maksimal, maka perlu memahami konsep inti pemasaran. Langkah-langkah memaksimalkan konsep inti pemasaran, antara lain: pemahaman mendalam tentang pelanggan, penawaran nilai yang lebih menarik, diferensiasi dengan pesaing, komersialisasi pada segmen yang tepat, komunikasi yang efektif, *customer's engagement*, serta evaluasi dan penyesuaian (Kohar et al., 2024).

Terdapat dua jenis pemasaran yaitu pemasaran tradisional dengan pemasaran modern, perbedaannya: (1) Fokus. Pemasaran tradisional fokus pada fitur produk dan manfaatnya, pemasaran modern fokus pada pengalaman pelanggan secara menyeluruh, (2) Cakupan. Pemasaran tradisional cakupan sempit, karena fokus pada produk dan konsumsi. Pemasaran modern, keputusan pembelian bersifat emosional, mempertimbangkan perasaan, fun, dan fantasi, (3) Strategi pemasaran tradisional digunakan kartu nama, iklan TV, radio, papan reklame dan papan tanda, pamflet dan brosur, serta pemasaran telpon. Strategi pemasaran modern digunakan iklan internet, *e-mail*, *situs web e-commerce*, media sosial, dan otomatisasi pemasaran (Pramestidewi et al., 2024).

METODE KEGIATAN

Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode Penilaian Partisipatif Pedesaan (Participatory Rural Appraisal/ PRA) yaitu pengkajian kondisi pedesaan melalui keterlibatan aktif masyarakat lokal. Manfaat PRA antara lain: meningkatkan rasa memiliki, dan rencana tepat sasaran (Yoko et al., 2026; Nisa et al., 2026). Aktivitas pengabdian ini melibatkan 28 anggota KWT (seluruh anggota KWT). Program ini dilaksanakan selama 8 bulan, dengan tahapan: (1) observasi pendahuluan, (2) koordinasi dengan ketua KWT, (3) pelatihan pengolahan dan pengemasan keripik bayam, dilanjutkan pre test-post test, (4) pelatihan teh celup bunga telang, dilanjutkan pre test- post test, dan (5) pelatihan teh celup jahe, pre test- post test.

Evaluasi program dilakukan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Evaluasi kuantitatif dilakukan pada masing-masing pelatihan dengan cara pengisian kuesioner secara tertutup kepada peserta, dengan menjawab benar atau salah pernyataan item-item kuesioner. Data kuantitatif dihitung dengan menggunakan prosentase tingkat kebenaran. Evaluasi kualitatif dilakukan dengan wawancara mendalam dan testimoni dari ketua KWT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seluruh peserta (28 peserta) mengikuti pelatihan hingga selesai. Usia peserta 50 tahun ke atas. Hasil kuesioner pelatihan pengolahan dan pengemasan keripik bayam menunjukkan bahwa hasil pre test dengan ketentuan peserta menjawab benar sebesar 80,29 persen. Hasil post test menunjukkan peningkatan yaitu tingkat kebenaran sebesar 96,15 persen. Hasil kuesioner pelatihan the celup bunga telang dan the celup jahe, tidak jauh berbeda, yaitu hasil pre test 82,45%, sedangkan hasil post test 97,24%. Hasil pre test pelatihan manajemen pemasaran digital adalah 73,85%, sedangkan hasil post test meningkat menjadi 80,83%.

Berdasarkan peningkatan hasil kuesioner di atas, menunjukkan bahwa pelatihan ini efektif yaitu tingkat pemahaman peserta meningkat. Selanjutnya ditunjukkan dengan membandingkan strategi pemasaran digital dengan strategi pemasaran tradisional yang dilakukan KWT Asri selama ini, dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Perbandingan Pemasaran Tradisional dan Pemasaran Digital KWT Asri

No	Aspek Bisnis	Strategi Pemasaran Digital	Strategi Pemasaran Tradisional
	Pasar sasaran dan jangkauan	Orang tua, anak muda, anak muda untuk orang tua.	Masyarakat di wilayah setempat.
	Strategi Pemasaran		
1.	<i>Storytelling</i>	Keripik bayam: video higienis Teh celup bunga telang dan jahe: video keluarga harmonis dan higienis	Keripik bayam, the celup bunga telang dan jahe belum pernah diproduksi. Dawet lidah buaya, donat labu madu, puding labu madu dipasarkan berdasarkan pesanan, tetangga di wilayah setempat.
2.	Kemasan	Kemasan: Keripik pisang: - Orang tua: Camilan Sehat Keripik Bayam Brazil. - Anak Muda: <i>Spinach Crispy</i> atau <i>Spinach Chips</i> ; Video suara Krezzz terlihat terdengar renyah dan fresh	Keripik bayam, the celup bunga telang dan jahe belum pernah diproduksi. Dawet lidah buaya, donat labu madu, puding labu madu dipasarkan ke masyarakat di wilayah setempat

		- Warna herbal menyesuaikan selera pasar sasaran.	
3.	<i>Social Media Content</i>	Orang tua: Facebook, WaGroup Anak muda: Tiktok, Instagram Video higienis: proses produksi (gunakan masker, sarung tangan, dll).	<i>Word of mouth</i>
4.	Testimoni	Testimoni: Tanda tangan pelanggan dipajang di dinding Testimoni melalui video	Belum ada
5.	Kualitas layanan	<i>Tangible</i> : penampilan tempat, anggota KWT Asri, dll bersih dan menarik. <i>Responsiveness</i> : cekatan, bahkan bereaksi positif sebelum pelanggan meminta. <i>Reliability</i> : sesuai janji, mengelola janji dengan baik (misal janji 3 hari tersedia, maka 1 atau 2 hari sudah tersedia) <i>Assurance</i> : anggota KWT memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang semakin tinggi (senantiasa belajar). <i>Emphaty</i> : memahami harapan pelanggan Kualitas layanan diukur dengan jelas.	<i>Tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan emphaty</i> dilakukan sesuai kebiasaan.

Selanjutnya dikuatkan dengan aspek spiritual. Aspek spiritual tidak hanya ditulis pada kemasan, tetapi filosofi pebisnis KWT Asri berbasis spiritual. Spiritual terdapat dua dimensi vertikal dan dimensi horisontal. Dimensi vertikal adalah hubungan manusia dengan Tuhan. Dimensi horisontal adalah hubungan manusia dengan diri sendiri, sesama manusia, hewan, alam, dan makhluk lainnya. Kedua dimensi tersebut diintegrasikan sebagai ibadah.

Adapun pelatihan produksi dan pemasaran digital ditunjukkan pada gambar 1 dan gambar 2 di bawah ini:



Keterangan Foto: Proses pengemasan bubuk bunga telang dan bubuk jahe ke kantong teh



Keterangan Foto: Proses panen bayam brazil dari kebun dan penyiapan bahan tepung untuk kripik bayam brazil



Keterangan Foto: Pemaparan materi filosofi bisnis dan pemasaran digital

SIMPULAN

Pelatihan ini fokus pada produk olahan hasil kebun menjadi makanan sehat, mengingat masyarakat semakin sadar kesehatan, dan ketahanan pangan sangat diperlukan. Strategi pemasaran digital harus dipelajari dan dilaksanakan oleh KWT Asri, karena digital business adalah kebutuhan. Langkah awal adalah penentuan pasar sasaran yakni segmen orang tua dan segmen anak muda, perlu dilakukan strategi pemasaran yang berbeda disesuaikan dengan selera masing-masing segmen. Strategi pemasaran bagi KWT Asri antara lain *storytelling*, kemasan, *social media content*, dan testimoni. Untuk menjaga keberlangsungan usaha, KWT Asri menerapkan filosofi spiritual bisnis. Filosofi ini akan membawa dalam penentuan strategi pemasarannya.

Pengabdian di KWT Asri berikutnya dapat dilakukan varian produk lain, dan strategi pemasaran ditinjau dari bauran pemasaran (*marketing mix*) 7p yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Selanjutnya pelatihan PIRT dan sertifikasi halal. Pengabdian juga perlu dikembangkan ke KWT yang lain baik di Kabupaten Bantul maupun lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdi mengucapkan terima kasih kepada Kemendiktisaintek yang telah memberikan pendanaan kegiatan, LP2M STIE Widya Wiwaha yang memberikan dukungan baik materi maupun non materi, Ibu Ketua dan anggota KWT Asri Padukuhan Wiyoro Kabupaten Bantul atas partisipasi aktif demi kelancaran pelatihan ini.

REFERENSI

- Ulum, M., Hude, M. D., & Rofiah, N. (2026). Spiritualitas manusia perspektif Al-Qusyairy dalam Lathaif Al-isyarat. *Ushuly : Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 5(2), 248–271. DOI: <https://doi.org/10.52431/ushuly.v5i2.4671>
- Fahrudin, A. (2023). Memahami manusia dari perspektif biopsikososial-spiritual. Dalam *Dinamika Biopsikososial Kehidupan Manusia* (hlm. 9-17). Idea Press
- Yoko, B., Sunendar, S., Solekan, M., Novitasari, D., & Uyuni, L. (2026). Perencanaan partisipatif pengembangan produk unggulan Desa Jatisaba melalui pendekatan *Participatory Rural Appraisal*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 7(2), 3973–3983. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/9346>
- Kohar, A., Basyirah, E., Saragih, R., Santoso, E., Mafrudoh, L., Indriyati, Gunawan, O., Wikaningtyas, S., Harjanto, F., Yuniawati, R., Laan, R., Tarigan, H., Khalida, L., Setiwan, Y., Nurhayati, S., & Cahyono, D. (2024). *Digital marketing: Era revolusi industri 4.0*. Klaten: Lakeisha
- Pramesidewi, C., Amelia, E., Mafrudoh, L., Syafrudin, Khalida, L., Savitri, C., Dwi, B., Chasanah, U., Hamid, A., Wikaningtyas, S., Wikantari, M., Adinegara, G., Faddila, S., Puspatriani, A., Makhfudi, & Saragih, G. (2024). *Manajemen pemasaran tradisional vs digital*. Klaten: Lakeisha.
- Kanthi, Y. A., Kristanto, B. K., & Yusuf, R. F. (2026). Digital marketing's impact on MSME performance: Median influence of digital literacy and brand awareness. *Journal of Management and Entrepreneurship Research*, 7(2), 183–200. <https://doi.org/10.34001/jmer.2026.6.07.2-97>
- Nisa, K., Sari, R. A., & Sabariman, H. (2026). Pemetaan potensi lokal berbasis partisipasi masyarakat desa: Pendekatan participatory rural appraisal (PRA). *Masyarakat Madani: Jurnal Kajian Islam dan Pengembangan Masyarakat*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.24014/jmm.v11i1.39778>
- Wulandari, R., & Kusumaningrum, A. (2024). Member participation in the management of women farmer group activities. *E3S Web of Conferences*, 595, 03018. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202459503018>
- Pemerintah Kabupaten Bantul (2023, 24 Juli). *Gembira, Kelompok Tani di Bantul Dapat Bantuan Alat Pertanian Canggih*. https://bantulkab.go.id/berita/detail/5981/gembira--kelompok-tani-di-bantul-dapat-bantuan-alat-pertanian-canggih.html?utm_source=chatgpt.com
- Pemerintah Kabupaten Bantul (2026, 8 Mei). *Miliki Berbagai Peran Strategis, KWT Bantul Antusias Sampaikan Aspirasi*. https://bantulkab.go.id/berita/detail/7440/miliki-berbagai-peran-strategis--kwt-bantul-antusias-sampaikan-aspirasi.html?utm_source=chatgpt.com

HOME / Submissions

Submissions

[Login](#) or [Register](#) to make a submission.

Submission Preparation Checklist

As part of the submission process, authors are required to check off their submission's compliance with all of the following items, and submissions may be returned to authors that do not adhere to these guidelines.

✔	The submission has not been previously published, nor is it before another journal for consideration (or an explanation has been provided in Comments to the Editor).
✔	The submission file is in OpenOffice, Microsoft Word, or RTF document file format.
✔	Where available, URLs for the references have been provided.
✔	The text is single-spaced; uses a 12-point font; employs italics, rather than underlining (except with URL addresses); and all illustrations, figures, and tables are placed within the text at the appropriate points, rather than at the end.
✔	The text adheres to the stylistic and bibliographic requirements outlined in the Author Guidelines.

Articles

Section default policy

Privacy Statement

The names and email addresses entered in this journal site will be used exclusively for the stated purposes of this journal and will not be made available for any other purpose or to any other party.

AUTHOR MENU
Focus and Scope
Editorial Team
List of Reviewers
Author Guideline
Peer Review Process
Publication Ethics
Plagiarism Screening
Contact

INFORMATION

Make a Submission

Download Template

Indexed By









TIME

SUBMISSION TIME LEFT



HOME / Registration complete

Registration complete

Thanks for registering! What would you like to do next?

- [Make a New Submission](#)
- [Edit My Profile](#)
- [Continue Browsing](#)

AUTHOR MENU
Focus and Scope
Editorial Team
List of Reviewers
Author Guideline
Peer Review Process
Publication Ethics
Plagiarism Screening
Contact

INFORMATION

Make a Submission

Download Template

Indexed By





TIME

SUBMISSION TIME LEFT



Submit an Article

1. Start
2. Upload Submission
3. Enter Metadata
4. Confirmation
5. Next Steps

Submission Language

English

Submissions in several languages are accepted. Choose the primary language of the submission from the pulldown above. *

Section

Articles must be submitted to one of the journal's sections. *

Submission Requirements

You must read and acknowledge that you've completed the requirements below before proceeding.

- ☐ The submission has not been previously published, nor is it before another journal for consideration (or an explanation has been provided in Comments to the Editor).
- ☐ The submission file is in OpenOffice, Microsoft Word, or RTF document file format.
- ☐ Where available, URLs for the references have been provided.
- ☐ The text is single-spaced; uses a 12-point font; employs italics, rather than underlining (except with URL addresses); and all illustrations, figures, and tables are placed within the text at the appropriate points, rather than at the end.
- ☐ The text adheres to the stylistic and bibliographic requirements outlined in the Author Guidelines.

Comments for the Editor



B *I* U





Corresponding Contact *

- ☐ Yes, I would like to be contacted about this submission.
- ☐ Yes, I agree to have my data collected and stored according to the [privacy statement](#).

Save and continue

Cancel

* Denotes required field

Submit an Article

1. Start

2. Upload Submission

3. Enter Metadata

4. Confirmation

5. Next Steps

Files

Add File



PEMBERDAYAAN KELOMPOK WANITA TANI ASRI PADUKUHAN WIYORO MEMBANGUN FILOSOFI B...

Article Text

Edit

Remove

Save and continue

Cancel

Submit an Article

1. Start
2. Upload Submission
3. Enter Metadata
4. Confirmation
5. Next Steps

Prefix



Examples: A, The

Title *

PEMBERDAYAAN KELOMPOK WANITA TANI ASRI PADUKUHAN WIYORO: MEMBANGUN FILOSOFI BISNIS D



Subtitle



Abstract *



B *I* U



x^2 x_2













List of Contributors

Add Contributor

Name	E-mail	Role	Primary Contact	In Browse Lists
 Sulastiningsih Sulastiningsih	sulastiningsih@stieww.ac.id	Author		

Additional Refinements

Keywords

Add additional information for your submission. Press 'enter' after each term.

Pemberdayaan KWT ASRI 

filosofi bisnis 

pemasaran digital 

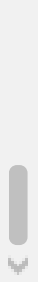
produk olahan 



References

Pemerintah Kabupaten Bantul (2023, 24 Juli). Gembira, Kelompok Tani di Bantul Dapat Bantuan Alat Pertanian Canggih.
https://bantulkab.go.id/berita/detail/5981/gembira--kelompok-tani-di-bantul-dapat-bantuan-alat-pertanian-canggih.html?utm_source=chatgpt.com

Pemerintah Kabupaten Bantul (2026, 8 Mei). Miliki Berbagai Peran Strategis, KWT Bantul Antusias Sampaikan Aspirasi.
https://bantulkab.go.id/berita/detail/7440/miliki-berbagai-peran-strategis--kwt-bantul-antusias-sampaikan-aspirasi.html?utm_source=chatgpt.com



Save and continue

Cancel

Submit an Article

1. Start

2. Upload Submission

3. Enter Metadata

4. Confirmation

5. Next Steps

Your submission has been uploaded and is ready to be sent. You may go back to review and adjust any of the information you have entered before continuing. When you are ready, click "Finish Submission".

Finish Submission

Cancel

Submit an Article

1. Start

2. Upload Submission

3. Enter Metadata

4. Confirmation

5. Next Steps

Submission complete

Thank you for your interest in publishing with Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM).

What Happens Next?

The journal has been notified of your submission, and you've been emailed a confirmation for your records. Once the editor has reviewed the submission, they will contact you.

For now, you can:

- [Review this submission](#)
- [Create a new submission](#)
- [Return to your dashboard](#)

Workflow

Publication

Submission

Review

Copyediting

Production

Submission Files

Q Search

▶

 1189

PEMBERDAYAAN KELOMPOK WANITA TANI ASRI PADUKUHAN WIYORO
MEMBANGUN FILOSOFI BISNIS DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PRODUK OLAHAN
BERBASIS SPIRITUAL.docx

August 21, 2026

Article Text

Download All Files

Pre-Review Discussions

Add discussion

Name	From	Last Reply	Replies	Closed
No Items				