Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 257 - 264	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

PEMASARAN SECARA ONLINE BAGI PELAKU USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) RW 05 DESA CINUNUK

Eva Nuriyah Hidayat¹, Soni Akhmad Nulhaqim², Muhammad Fedryansyah³

^{1, 2, 3} Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial & Pemberdayaan Masyarakat FISIP UNPAD

(enuriyah@unpad.ac.id; soninulhaqim@unpad.ac.id; m.fedryansyah@unpad.ac.id)

ABSTRAK

Dalam masa pandemi covid 19 yang dihadapi saat ini, usaha mikro dihadapkan pada tantangan agar dapat bertahan keberadaannya dan dapat menyesuaikan dengan tuntutan dari konsumen. Sistem jual beli yang dilakukan mengalami perubahan yang awalnya secara kontak langsung menjadi sistem online. Di RW 5 Desa Cinunuk Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung ini mempunyai potensi berbagai usaha diantaranya kuliner dan berbagai produk kerajinan masyarakat. Tujuan KKN Integratif Virtual ini adalah memberikan pemahaman, bimbingan dan penyuluhan serta pendampingan kepada masyarakat agar dapat mengembangkan usahanya secara online sehingga dalam masa pandemic ini usaha ekonomi masyarakat bisa tetap berjalan dengan tetap memperhatikan protocol pencegahan Covid-19. Kegiatan yang diselenggarakan meliputi pendampingan melalui grup whatsapps dengan masyarakat sehingga komunikasi tetap berjalan dan pelatihan secara virtual kepada warga masyarakat yang mempunyai usaha mikro agar dapat mengembangkan usahanya serta langsung bisa menerapkan pemasaran online ini dalam berbagai jenis usaha mikro, kegiatan lainnya yaitu pembuatan flyer untuk membantu masyarakat memasarkan produknya secara online.

Kata kunci: Pemasaran online, pendampingan, pelatihan.

ABSTRACT

In the current Covid 19 pandemic, micro businesses are faced with challenges in order to survive and be able to adapt to the demands of consumers. The buying and selling system has undergone a change from direct contact to an online system. In RW 5, Cinunuk Village, Cileunyi District, Bandung Regency, it has the potential for various businesses including culinary and various community handicraft products. The purpose of this Virtual Integrative KKN is to provide understanding, guidance and counseling as well as assistance to the community so that they can develop their business online. The activities carried out include mentoring through whatsapps groups with the community and virtual training for community members who have micro businesses so that they can develop their business and can directly implement this online marketing in various types of micro businesses as well as making flyers to help people market their products online.

Keywords: online marketing, mentoring, training.

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 menyebabkan dampak yang sangat signifikan pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Banyak unit usaha yang terpaksa harus ditutup dan tidak sedikit pekerja yang kehilangan mata pencaharian (Pikiran Rakyat, 16 Juni 2020). Pada masa pandemi COVID-19 ini, banyak pemilik UMKM yang memutuskan untuk menutup usahanya karena mengalami penurunan pendapatan hingga kerugian. Hal tersebut

disebabkan oleh sepi pembeli karena adanya bencana COVID-19 dimana masyarakat enggan mengunjungi pertokoan dan memilih untuk melakukan pembelian secara online melalui media sosial atau *E-commerce*. Electronic Commerce (EC) merupakan pengiriman informasi produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya (Suyanto, 2003:10).

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 257 - 264	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

Data BPS dan Kementerian Koperasi dalam Wahyudin (2013:27), dari seluruh kelas usaha menunjukkan bahwa usaha skala kecil di Indonesia menempati porsi sekitar 99%, artinya hampir seluruh usaha di Indonesia merupakan usaha kecil, hanya 1% saja usaha menengah dan besar. Seperti yang kita ketahui bahwa bisnis UMKM menjadi salah satu sektor yang paling merasakan dampak wabah Virus Corona (Covid-19). Berdasarkan info dari Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) (Kompas, 27 Maret 2020), setidaknya terdapat 949 laporan dari pelaku koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang terkena dampak wabah virus Corona (Covid-19). Dampak – dampak tersebut juga kerap dirasakan oleh para pemilik UMKM di RW 05 Desa Cinunuk, mereka mengeluhkan bahwa usaha yang tekuni sudah mulai sepi pembeli dan keuntungan yang didapat berkurang dari biasanya. Di lingkungan RW 05 Desa Cinunuk, mayoritas usaha yang ditekuni adalah olahan makanan. Tidak hanya itu, terdapat juga warga yang menekuni usaha warung sembako, kerajinan tangan, dan kebutuhan sandang. Sebagian masyarakat yang berjualan olahan makanan memanfaatkan area kediamannya atau gerobak keliling untuk berjualan. Persaingan semakin ketat di pasaran sehingga peluang untuk meningkatkan angka penjualan makin sedikit. Semakin banyak pula usaha baru dengan produk penjualan yang sama sehingga satu dengan yang lainnya tidak terdapat identitas tersendiri. Hal tersebut juga menjadi salah satu faktor pencetus tinggi persaingan dalam menekuni kewirausahaan.

Dalam menerapkan kebijakan *social distancing*, pandemi COVID 19 menuntut pemilik usaha untuk menutup gerai tempat mereka berdagang. Hal ini menjadi pertimbangan untuk mengalihkan usaha mereka menjadi berbasis *online*. Tidak sedikit dari warga RW 05 Desa Cinunuk yang memiliki UMKM tertarik untuk memasarkan produk dagangan mereka secara online serta mendaftarkannya ke *platform E-commerce*. Namun, masih banyak yang belum akrab dalam mengakses *platform* daring untuk memasarkan produk yang mereka jual.

Sebagian dari warga RW 05 Desa Cinunuk sudah ada yang melakukan upaya pemasaran *online* namun belum dapat secara maksimal memanfaatkan fitur dari *platform* terkait. Pemasaran yang dilakukan

hanya di satu media sosial saja sehingga upaya pemasaran belum dilakukan secara meluas.

Pemasaran ini sangat penting dalam usaha sebagaimana dikemukakan Kottler (2015:27) *”marketing as the process by which companies create value for costumers build strong costumer relationship in under to capture value from costumers in return.”* Berkaitan dengan situasi pandemik ini, maka pemasaran online menjadi suatu jawaban untuk mensiasati pelaku usaha agar dapat bertahan.

KKN-PPM Integratif Virtual tahun 2020 yang diselenggarakan Universitas Padjadjaran dilakukan secara daring sehingga mahasiwa peserta KKN-PPM tidak melakukan interaksi secara langsung kepada masyarakat. Komunikasi yang dilakukan melalui media elektronik merupakan tantangan tersendiri bagi mahasiswa untuk tetap dapat berinteraksi dan bersosialisasi dengan masyarakat. Meskipun dilaksanakan secara virtual, mahasiswa dituntut tetap dapat mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan serta permasalahan yang ada masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Era globalisasi yang terjadi pada saat ini masyarakat dituntut untuk menguasai teknologi agar tetap dapat mengikuti perkembangan jaman. Pemanfaatan teknologi yang semakin pesat tidak hanya di gunakan sebagai sarana bertukar informasi tetapi juga mulai digunakan untuk kepentingan bisnis. (Bachtiar, 2012). Melalui pemasaran online, pelaku usaha lebih mudah memasarkan produknya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Sosial media adalah sebuah revolusi media yang memberikan konsumen kekuatan penuh dalam mendapatkan sebuah informasi dan menyampaikan sebuah informasi (Hanson, 2000). Adanya sosial media membuat para pelaku bisnis mencari cara dalam mencapai hal lebih besar dengan pengeluaran efisien. Dampak dari sosial media dianggap bentuk paling efektif bagi marketing dalam menjalani hubungan dengan konsumen. Perkembangan online shop atau toko online melalui media sosial sepertinya sudah menjamur di Indonesia, sudah sangat dikenal baik oleh masyarakat. Banyaknya kemudahan dalam berbelanja dan bermacam

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 257 - 264	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

jenis produk dan jasa yang ditawarkan, sehingga stigma masyarakat Indonesia menjadikan toko online sebagai salah satu “tempat berbelanja” baru selain pusat perbelanjaan. Keunggulan bisnis toko online selain mudah dalam melakukan promosi, juga sangat efisien karena hanya membutuhkan biaya berlangganan internet untuk dapat menjalankan aktifitas bisnisnya. Perkembangan bisnis melalui media sosial semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya penggunaan internet di dunia terutama di Indonesia. Sekarang, media sosial telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang memiliki prospek sangat baik, dimana melalui media sosial penjual dapat menjangkau konsumen secara luas (Ade, 2011). Banyak platform yang sangat lazim digunakan untuk bisnis online, seperti Instagram, Facebook maupun Whatsapp. Selain itu untuk masyarakat yang menjalani usaha kuliner dapat bergabung kedalam situs grabfood atau gofood.

Perekonomian yang merata dan menyeluruh menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam menjalankan negara Pembangunan, dengan melakukan pembangunan ekonomi diharapkan kemampuan beli masyarakat dapat meningkat dan kesejahteraan dapat tercapai. Untuk memwujudkan itu kehadiran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi hal yang penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi. UMKM juga memiliki fungsi sebagai benteng pertahanan ekonomi negara, hal ini sudah terbukti ketika krisis ekonomi yang terjadi pada 1997, dimana pada saat itu UMKM terbukti mampu mempertahankan kondisi ekonomi di Indonesia dengan menyerap tenaga kerja yang secara tidak langsung dapat mempertahankan kemampuan beli masyarakat. Kondisi UMKM yang kurang mendapat perhatian dari pemerintah, justru menjadi benteng dalam mempertahankan kondisi ekonomi saat itu, dan sangat berbanding terbalik dengan perusahaan-perusahaan besar yang justru gagal mempertahankan struktur sosial ekonomi yang ada (Sarfiyah, Atmaja, & Verawati, 2019).

Kemampuan UMKM dalam mempertahankan ekonomi dapat dijelaskan dalam beberapa faktor, dimana menurut Ketua Dewan Direktur CIDES (Center for Information and Development Studies) Rohmad Hadiwijoyo mengatakan (Meryana, 2012), bahwa setidaknya ada tiga faktor yang membuat UMKM menjadi

pertahanan ekonomi, yang pertama adalah mayoritas UMKM menghasilkan produk barang atau jasa yang sesuai kebutuhan masyarakat, yang kedua adalah UMKM cenderung menggunakan sumber daya lokal, seperti sumber daya manusianya, bahan baku, alat, dan sebagainya, yang ketiga adalah dalam membangun usahanya para pelaku UMKM biasanya tidak melakukan pinjaman ke bank, tetapi dari dananya sendiri, sehingga apabila perbankan mengalami krisis, UMKM masih dapat bertahan.

Usaha mikro merupakan kegiatan ekonomi rakyat secara kecil dan bersifat tradisional dan informal dalam arti belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum (UU No. 9 tahun 1995). UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi (Tambunan, 2012:2). Kegiatan KKN-PPM Integratif ini merupakan kegiatan pengembangan masyarakat (*community development*) yang sebenarnya yaitu pengorganisasian masyarakat (*community organizing*) yang bermakna mengorganisasikan masyarakat sebagai sebuah sistem untuk melayani warganya dalam kondisi yang terus berubah (Wibhawa, 2010: 108).

Oleh karena itu maka kegiatan yang pertama dilaksanakan adalah pendampingan bagi masyarakat yang telah memiliki usaha. Menurut Suharto (2005: 94) pendampingan masyarakat dapat diartikan sebagai interaksi dinamis antara kelompok masyarakat dan pendamping untuk secara bersama-sama menghadapi beragam tantangan. Dalam hal ini mahasiswa KKN berperan sebagai fasilitator peran fasilitator masyarakat (Raharjo, 2015: 165). Dalam kegiatan selanjutnya dilakukan pelatihan sebagai pengembangan kapasitas masyarakat.

METODE

Pelaksanaan KKN-PPM Integratif 2020 dilakukan secara virtual. Media yang digunakan yaitu berupa aplikasi trello yang dimana untuk memantau berbagai kegiatan mahasiswa dan juga untuk membuat logbook kegiatan harian, google meets dan zoom merupakan salah satu media yang digunakan untuk bertatap muka, grup whatsapp yang dimana berguna untuk memudahkan komunikasi antara mahasiswa dengan DPL, serta grup line untuk memudahkan antar mahasiswa berkomunikasi. Dalam pelaksanaannya terdiri dari:

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 257 - 264	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

1. Tahap persiapan : Koordinasi tim dan konsultasi perancangan

Pada tahap persiapan ini DPL mengkoordinasikan kepada mahasiswa melalui google meets dan whatsapp grup mengenai profil RW 05 Desa Cinunuk, agenda yang akan dilaksanakan untuk kedepannya, subjek KKN-PPM, lokasi, waktu, dan membagi kelompok menjadi tiga kelompok kecil yang terdiri dari empat hingga lima mahasiswa KKN-PPM yang dimana setiap kelompok kecil ini mempunyai tema dan tujuan masing-masing yang sudah ditentukan oleh DPL dan disesuaikan kebutuhan dan hambatan warga

RW 05 Desa Cinunuk.

2. Tahap pelaksanaan :

Pengumpulan data, penyiapan lapangan, pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dan tindak lanjutnya. Pada tahap ini DPL memberikan tugas individu yaitu menulis logbook kegiatan KKN diaplikasi trello kepada mahasiswa. Setelah itu, kelompok kecil mulai mendiskusikan agenda untuk kegiatan pelatihan dan juga menentukan penanggung jawab dari setiap rencana yang dibuat. Kelompok kecil juga membuat catatan harian berupa kegiatan dan progress kami yang dimana harus dilaporkan pada tugas akhir nanti. Pengumpulan data dilakukan dengan membuat instrument assessment dan dibagikan kepada sasaran atau subjek kami berupa google form, data yang sudah terkumpul dianalisis dan di rekap sehingga kami mengetahui hambatan dan kebutuhan subjek. Setelah mengetahui hambatan dan kebutuhan subjek, kami membuat flyer dan materi mengenai pemasaran online untuk pelatihan pada saat pelaksanaan kegiatan nanti. Penyiapan lapangan yaitu DPL mengumpulkan warga yang menjadi sasaran kami untuk mengikuti pelatihan, lalu mencetak flyer, dan membeli snack untuk warga. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan berupa pelatihan mengenai pengembangan pemasaran secara online melalui google meets.

HASIL DAN PEMBAHASAN

TAHAP PERSIAPAN

Dalam tahap persiapan dilakukan identifikasi kebutuhan dan permasalahan yang ada

dalam masyarakat dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan melalui whatsapp dan googleform kepada warga masyarakat yang telah memiliki usaha hasil informasi dari ketua RT dan Ketua RW 05 Desa Cinunuk Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung.

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan dan permasalahan diketahui bahwa mayoritas UMKM RW 05 Desa Cinunuk Kecamatan Cileunyi adalah berjualan makanan, alasannya pun beragam mulai dari “mudah dan bisa diolah” sampai “karena memasarkan mudah banyak yang menyukai makanan ini”. Diantara delapan responden hanya satu orang yang sudah memasuki komunitas antar pengusaha. Kendala yang mereka hadapi mayoritas mengatakan mengalami kesulitan di modal, namun ada juga yang mengalami kesulitan di pemasaran dan pengelolaan modal. Mayoritas dari mereka juga sudah memanfaatkan media sosial sebagai upaya promosi produk mereka, media sosial yang sering mereka gunakan adalah Facebook dan Wahtsapp. Sejauh ini mereka mengakui bahwa belum ada bantuan dari tingkat RW- Provinsi yang mereka rasakan untuk membantu UMKM. Harapan mereka tentunya ada bantuan modal, adanya pelatihan terkait pengelolaan modal, pemasaran, dan ada wadah yang mampu menjadi sumber informasi.

TAHAP PELAKSANAAN

1) Nama Kegiatan : Pelatihan pengembangan usaha mikro secara online bagi warga yang telah memiliki usaha

2) Jenis Kegiatan : Pelatihan

3) Tujuan dan Manfaat : Tujuannya supaya UMKM di wilayah RW 05 Desa Cinunuk dapat mengembangkan usahanya melalui media online. Manfaat yang warga terima adalah pemberian materi dan desain flyer untuk promosi mereka.

4) Sasaran kegiatan : Para pelaku UMKM di RW 05 Desa Cinunuk

5) Waktu Pelaksanaan : Kamis, 23 Juli 2020

6) Pihak-Pihak yang terlibat : DPL dan mahasiswa KKN

7) Proses Pelaksanaan : pada tanggal 22 Juli 2020, sudah memastikan bahwa kebutuhan logistic semua

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 257 - 264	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

sudah terpenuhi, seperti spanduk, flyer dan file-file untuk kebutuhan presentasi.

8) Hasil capaian kegiatan : Hasil capaian yaitu pemberian materi dan desain flyer

9) Rancangan tindak lanjut kegiatan : tindak lanjut dari pelatihan adalah dengan memberikan akun Instagram kepada ketua RW 05, yang kemudian nantinya akan dikelola oleh masyarakat dan dapat dipantau oleh mahasiswa KKN

Materi yang disampaikan antara lain:

1. Pemasaran Melalui Media Sosial

2. Perluasan pemasaran

3. Pencarian modal

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 257 - 264	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

Hasil flyer-flyer untuk para pelaku usaha mikro yang minat pemasaran online.

4.Strategi Modifikasi Produk

Pembuatan flyer

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 257 - 264	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

SIMPULAN

Saat ini pandemi COVID-19 menyebabkan berbagai dampak negatif yang sangat signifikan pada sektor UMKM. Dampak itu juga dirasakan oleh para pelaku usaha mikro yang ada di Desa Cinunuk mereka mengeluhkan bahwa usaha yang di tekuni sudah mulai sepi pembeli dan keuntungan yang didapat berkurang dari biasanya. Maka dari itu adanya Kegiatan KKN PPM ini salah satunya yaitu memberikan pendampingan dan pelatihan kepada masyarakat Desa Cinunuk RW.05 Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat yang mempunyai usaha, tentang bagaimana memasarkan atau menjual suatu produk secara online dan menyampaikan informasi mengenai fungsi platform-platform yang digunakan dalam pemasaran, memaksimalkan pemasaran produk, mendapatkan modal, dan memodifikasi produk agar dapat menarik para konsumen untuk membelinya. Hasil yang diharapkan masyarakat dapat mengembangkan usahanya dengan kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan dalam KKN-PPM ini.

Rekomendasi

Rekomendasi bagi masyarakat Desa Cinunuk khususnya RW 05 adalah pemanfaatan teknologi internet dalam pemasaran produk usaha yang dimiliki oleh masyarakat agar dapat lebih berkembang, dan membuka diri terhadap berbagai platform usaha sehingga dapat bersaing dengan usaha-usaha mikro lainnya. Selain itu diharapkan masyarakat yang telah mendapat pendampingan dan

pelatihan dapat menyebarkannya kepada masyarakat lainnya di khususnya lingkungan RW 05 Desa Cinunuk Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung.

Pelaku usaha mikro hendaknya dapat meningkatkan kualitas produknya dan memberikan kepercayaan kepada konsumen mengenai kebersihan dan kualitas produknya mengingat situasi pandemic ini konsumen akan hati-hati dalam membeli suatu produk terutama bahan makanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, Resalawati. 2011. "Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Bachtiar, Rivai. 2012. "Efektivitas Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)" *Jurnal Sosio Humaniora* Vol. 3 No. 4, September 2012
- Hanson, Ward. 2000. *Pemasaran Online*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kompas, 27 Maret 2020. "Dampak Virus Korona Terhadap Usaha Mikro".
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Meryana, E (2012, Maret 28). *Tiga Hal yang Buat UMKM Tahan Krisis*. Diambil kembali dari ekonomi.kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2012/03/28/11093274/Tiga.Hal.yang.Buat.UMKM.Tahan.Krisis>.
- Pikiran Rakyat, 16 Juni 2020. "Dampak Pandemi Covid 19 Keberlangsungan UMKM dan Koperasi Terancam Berhenti".
- Raharjo, S. T. (2015). *Isu-Isu Kontemporer Bidang Praktek Pekerjaan Sosial, Kesejahteraan Sosial, Profesi Pekerjaan Sosial*. Sumedang: UNPAD PRESS.
- Sarfiah, , S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa". *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)* Vol 4/ No.1.

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 257 - 264	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

Suharto, E. (2005). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: PT Refika Aditama.

Suryanto. 2003. *E_Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Penrbit Andi.

Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting*. Jakarta : LP3ES.

Wahyudin, Dian. 2013. *Peluang Tantangan Indonesia Menuju ASEAN Economic Community 2015*. Lembaga Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Wibhawa, Budhi dkk. (2010). *Dasar - Dasar Pekerja Sosial*. Bandung: Widya Padjajaran.
<https://www.progresstech.co.id/blog/manfaat-digital-marketing/>