

Meningkatkan Penjualan Rita Cell Melalui Pemasaran Digital

Increasing Rita Cell Sales Through Digital Marketing

Natalis Christian, Stivani Ayuning Suwarlan, Muhammad Ardiansyah, David Febrian, Jasmine, Jennifer Iluwati, Kenny Marcella, Sofyanti

Universitas Internasional Batam

Email korespondensi: 2042010.david@uib.edu

Abstrak

Pada Kondisi pandemi Covid-19 sekarang ini, banyak UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang terdampak. Salah satunya adalah UMKM Rita Cell yang merupakan mitra dari proyek SEPORA ini. UMKM Rita Cell merupakan sebuah usaha gerai handphone yang menyediakan aksesoris handphone, pulsa, paket internet, keperluan laptop/computer, dan sebagainya. UMKM Rita Cell ini didirikan pada tahun 2016 oleh Han Cin selaku pemilik UMKM. Usaha ini berlokasi di Ruko Cipta Puri Blok EE, Kelurahan Tiban Baru, Kecamatan Sekupang, Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau. Pada UMKM Rita Cell, terjadi penurunan penjualan sebagai akibat dari pandemi Covid-19. Maka dari itu, kami membantunya melakukan pemasaran produk secara digital dengan membuat brosur. Brosur akan kami sebar melalui platform media sosial Instagram dikarenakan PPKM sehingga semua kegiatan masyarakat dibatasi. Kami memilih platform media sosial Instagram, karena Instagram merupakan salah satu media sosial yang dikatakan masih baru, namun sudah mampu memberikan hasil yang memuaskan bagi para pelaku bisnis dalam mempromosikan barang dagangan kepada masyarakat luas. Maka dari itu, kami membantu UMKM Rita Cell membuat akun media sosial Instagram. Dengan memanfaatkan media sosial Instagram, UMKM Rita Cell dapat lebih mudah memperluas pasar dengan mempromosikan produknya kepada semua pengguna Instagram dan meningkatkan penjualan dengan lebih mudah, efektif, dan efisien. Setelah melakukan implementasi, UMKM Rita Cell menerima respon positif. UMKM Rita Cell mendapat pelanggan baru dan mereka melakukan transaksi melalui platform media sosial Instagram. Hal ini membuktikan bahwa implementasi yang kami lakukan membawa dampak positif terhadap penjualan UMKM Rita Cell. UMKM Rita Cell sangat senang atas usaha yang telah kami lakukan.

Abstract

In the current state of the Covid-19 pandemic, many MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) are affected. One of them is Rita Cell, which is a partner of the SEPORA project. Rita Cell is a mobile phone outlet business that provides cellphone accessories, internet datas, laptop/computer needs, and so on. Rita Cell was founded in 2016 by Han Cin as the owner of Rita Cell. This business is located at Ruko Cipta Puri Blok EE, Kelurahan Tiban Baru, Kecamatan Sekupang, Kota Batam, Provinsi Riau Islands. At Rita Cell, there was a decline in sales as a result of the Covid-19 pandemic. That's why we helped him digitally market his products by making brochures. We distribute brochures through the Instagram due to PPKM so that all community activities are limited. We chose the Instagram platform, because Instagram is one of the social media that is said to be new, but has been able to provide satisfactory results for business people in promoting merchandise to the wider community. Therefore, we helped Rita Cell create an Instagram account. By utilizing Instagram, Rita Cell can more easily expand the market by promoting their products to all Instagram users and increasing sales more easily, effectively and efficiently.

After implementing, Rita Cell received a positive response. Rita Cell got new customers and they made transactions through the Instagram platform. This proves that our implementation has had a positive impact on Rita Cell's sales. Rita Cell is very pleased with the efforts we have made.

Keywords: Sales, Digital, Marketing, Instagram

Pendahuluan

UMKM Rita Cell merupakan sebuah usaha kecil yang bergerak di bidang alat seluler. UMKM ini menjual aksesoris *handphone*, perlengkapan komputer atau laptop, menjual pulsa serta jasa layanan perbaikan *handphone*. Usaha demikian umumnya dikenal sebagai gerai *handphone*. UMKM Rita Cell ini didirikan pada tahun 2016 oleh Han Cin selaku pemilik UMKM.

Usaha ini berlokasi di Ruko Cipta Puri Blok EE, kelurahan Tiban Baru, kecamatan Sekupang, kota Batam, provinsi Kepulauan Riau. UMKM Rita Cell berposisi di seberang pasar Cipta Puri. UMKM Rita Cell membuka usahanya di lokasi tersebut karena letaknya yang strategis, yaitu diantara padatnya penduduk dan didukung dengan transportasi yang lancar.

UMKM Rita Cell telah melakukan promosi produk untuk meningkatkan penjualannya. Namun, promosi yang dilakukan oleh UMKM Rita Cell adalah konvensional, dimana hanya menggantungkan spanduk di depan toko. Hal ini mengakibatkan tidak membawa pengaruh positif terhadap UMKM Rita Cell.

UIB mengadakan kegiatan SEPORA, dimana mahasiswa melaksanakan PKM (Program Kreativitas Mahasiswa) yang bertujuan untuk membantu para mitra yang membutuhkan bantuan guna

menyelesaikan masalah yang dihadapi. Tujuan yang ingin kami capai adalah meningkatkan penjualan UMKM Rita Cell yang bergerak di bidang alat seluler. Langkah pertama yang kami lakukan untuk meningkatkan penjualan UMKM Rita Cell adalah menyediakan platform media sosial Instagram sebagai

tempat pemasaran produk serta penyebaran brosur. Langkah selanjutnya adalah pembuatan Brosur untuk disebarluaskan melalui platform media sosial Instagram. Brosur ini berfungsi sebagai alat promosi atau pemasaran untuk menarik perhatian pengguna Instagram.

Masalah

Pendapatan UMKM Rita Cell mengalami penurunan dikarenakan terdapat banyak saingan untuk pelanggan toko. Selain itu, juga dikarenakan dampak dari wabah Covid-19 ini. Usaha pemasaran yang telah dilakukan oleh UMKM Rita Cell termasuk belum maksimal sehingga pada bagian pendapatan mengalami penurunan.

Setelah kelompok kami melakukan observasi, ternyata Rita Cell membutuhkan pemasaran produk dan perluasan pasar. Oleh karena itu, kami membantunya dengan pemasaran digital yang merupakan suatu usaha untuk melakukan pemasaran sebuah brand atau produk melalui dunia digital atau internet. (Septiano, 2017) Tujuannya ialah untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu. Bentuk pemasaran yang bisa diterapkan oleh UMKM Rita Cell adalah pembuatan Brosur dan pembuatan akun media sosial. Media sosial yang digunakan adalah Instagram.

Instagram adalah salah satu media sosial yang dikatakan masih baru, namun sudah mampu memberikan hasil yang memuaskan bagi para pelaku bisnis dalam

mempromosikan barang dagangan kepada masyarakat luas. (Habib 3107, 2018) Pada periode Januari-Mei 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna. (Iman, 2020) Dengan memanfaatkan media sosial Instagram, UMKM Rita Cell dapat lebih mudah memperluas pasar dan meningkatkan penjualan dengan lebih mudah, efektif, dan efisien.

Metode

1. Teknik pengumpulan data

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan menentukan bagaimana cara meneliti dan apa yang akan terjadi setelah melakukan penelitian. Observasi diperlukan untuk mendapatkan data atau informasi serta mengawasi perilaku pedagogik maupun sarana dan prasarana. (Sukmadinata, 2005)

b. Wawancara

Wawancara adalah metode teknik pengumpulan data yang digunakan apabila studi pendahuluan dilakukan terlebih dahulu oleh peneliti untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, namun apabila hal-hal dari responden yang lebih mendalam yang ingin diketahui oleh peneliti tersebut. (Suharsimi Arikunto, 2006) Subjek yang diwawancarai oleh peneliti adalah pemilik toko Rita Cell. Dengan adanya metode ini, kami dapat bertanya jawab langsung dengan pemilik toko Rita Cell. Data yang didapat dari hasil wawancara ini adalah kami telah mendapatkan izin dari pemilik toko untuk mengimplementasikan proyek SEPORA 2021.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi yaitu dalam bentuk

tulisan, gambar atau karya monumental dari seseorang. Dokumen dalam bentuk tulisan bisa berupa buku harian. Dokumentasi dalam bentuk gambar bisa berupa foto. Dokumentasi dalam bentuk karya bisa berupa karya seni misalnya lilin ataupun patung dan lainnya. (AC Wijaya, 2020) Dokumentasi disebut sebagai metode pengumpulan data yang sudah ada dan sedemikian rupa. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan peneliti harus melihat dokumentasi, arsip yang tersalin dengan benar dan adanya sumber daya yang nyata yang dapat diabadikan. Hasil dokumentasi yang disusun berdasarkan kenyataan yang tersedia di toko Rita Cell.

Pengumpulan data berlokasi di UMKM Rita Cell yang berada di Ruko Cipta Puri Blok EE, kelurahan Tiban Baru, kecamatan Sekupang, kota Batam, provinsi Kepulauan Riau. Dilakukan pada tanggal 22 Juni 2021 - 24 Juni 2021 dengan durasi 2 jam.

2. Proses Perancangan luaran

UMKM Rita Cell ini mempunyai tahap-tahap perancangan pemasaran digital, yang akan membantu proses penyelesaian masalah atau kendala yang ditemukan oleh pemilik:

- a. Tahap pertama adalah peninjauan lapangan serta observasi terhadap tempat UMKM yang ditemukan ternyata belum adanya pemasaran digital yang baik dan benar. UMKM Rita Cell adalah tempat yang disepakati oleh kelompok kami untuk melaksanakan implementasi proyek SEPORA 2021. Alasan kelompok kami memilih UMKM Rita Cell adalah suatu usaha yang memiliki

pemasaran yang tradisional.

- b. Tahap kedua adalah menemukan pokok permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Rita Cell selama berdirinya usaha tersebut. Setelah ditemui permasalahan yang ada, kemudian kelompok kami membahas bersama pemilik mitra serta berusaha mencari solusi yang tepat dan mengatasi masalah agar dapat membantu pemilik mitra tersebut sehingga usaha dapat terkelola dengan baik.
- c. Tahap ketiga adalah kelompok kami membuat poster dan akun instagram atas nama Rita Cell Batam. Kemudian kelompok kami melakukan pengiklanan produk-produk sesuai rincian yang telah kami buat.
- d. Tahap keempat adalah dimana tahap ini kelompok kami mempersiapkan strategi pemasaran digital untuk menambah pemasaran produk Rita Cell.
- e. Tahap kelima adalah tahap pelatihan kepada pemilik usaha yaitu melakukan penyerahan akun instagram agar pemilik usaha dapat menerapkan pemasaran secara digital. Dan dengan memberikan pelatihan untuk memasarkan secara digital kelompok kami memberikan tambahan ilmu digital kepada pemilik usaha tersebut.
- f. Tahap akhir adalah tahap pemantauan operasional mitra yang bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan dan memperluas pasar. Sesuai dengan sistem digital zaman sekarang, kelompok kami bagikan story instagram dengan menggunakan kalimat

persuasi seperti ayo dukung UMKM di masa pandemi Covid-19.

Perancangan luaran berlokasi di rumah masing-masing (daring, melalui Whatsapp). Dilakukan pada tanggal 25 Juni 2021 - 28 Juni 2021 dengan durasi 2 jam.

3. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan ini terdiri dari tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap penilaian dan pelaporan, adapun penguraian dalam tahapan-tahapan yang dilakukan oleh kelompok kami:

a. Tahap Persiapan

1. Kelompok kami melakukan peninjauan lapangan sekaligus observasi terhadap tempat UMKM untuk menerapkan suatu pemasaran digital pada UMKM di Batam.
2. Setelah itu, ketua kelompok kami mengunjungi tempat tersebut dan kami melakukan wawancara terhadap pemilik toko Rita Cell tentang pemasaran serta promosi yang kami lakukan dan kendala yang ada di toko tersebut. Ketua kelompok meminta izin kepada pemilik untuk mengimplementasikan proyek SEPORA 2021.
3. Pemilik telah menerimanya dan memberikan izin kepada ketua kelompok untuk melaksanakan proyek SEPORA 2021 dan bersedia memberikan kebutuhan yang ada berupa data produk yang diperlukan dalam melengkapi laporan ini

b. Tahap Pelaksanaan

Berikut ini adalah tahap dimana pertama kali dilaksanakan

pada minggu kedua di bulan Juli 2021, awalan dimulai dari pengumpulan data yang didapatkan dari UMKM Rita Cell serta diuraikan sebagai berikut:

1. Wawancara dilakukan dan memperhatikan usaha dengan pemilik Rita Cell mengenai keadaan toko di masa pandemi dan kendala serta pemasaran yang diterapkan oleh pemilik apakah dapat berkembang menjadi lebih baik.
2. Kelompok kami melakukan pertemuan *online* dengan pemilik mitra melalui Whatsapp Video Call untuk pembahasan lebih lanjut mengenai masalah-masalah yang dihadapi dan mencari solusi yang tepat untuk memecahkan masalah tersebut.
3. Setelah itu, kelompok kami mulai membuat poster dan akun instagram serta merapikan feeds instagramnya.
4. Kelompok kami berusaha mempersiapkan strategi pemasaran digital untuk menambah pemasaran produk Rita Cell.
5. Kemudian melakukan percobaan terhadap sistem digital apakah dapat berjalan dengan baik supaya pemilik usaha dapat menjalankan sistem ini dengan baik dan dimengerti.
6. Dari tahap percobaan yang telah dilakukan, apabila ditemukan kekurangan oleh pemilik, maka kelompok kami akan menjelaskan sistem digital ini.
7. Dari kesalahan yang ditemukan, kelompok kami

melakukan pelatihan kepada pemilik untuk bisa menerapkan sistem digital.

8. Memantau kinerja pemilik dalam penerapan sistem digital agar berjalan dengan baik. Dengan adanya penerapan digital, pemilik maupun pembeli akan merasa mudah untuk melakukan pembelian secara online melalui transfer M-Banking dalam masa pandemi Covid-19.
- c. Tahapan penilaian dan pelaporan
1. Setelah melakukan implementasi pemasaran secara digital dan telah terlaksanakan dengan baik dan lancar oleh kelompok kami, kemudian kami juga mulai menyusun dan melengkapi laporan akhir SEPORA 2021 ini. Terdapat penulisan laporan didasari dengan format dan kesesuaian dengan data yang ada pada UMKM Rita Cell.
 2. Pemasaran secara digital dinilai oleh pemilik apakah sesuai dengan usaha yang didirikan selama ini dan apakah mampu menjalankan pemasaran secara digital dengan baik dan benar. Kemudian kelompok kami meminta kesediaan pemilik usaha tersebut untuk melakukan pertemuan serta pembahasan implementasi lebih lanjut melalui Whatsapp Video Call.
 3. Setelah melakukan pertemuan dan implementasi secara *online*, ketua kelompok kami melakukan kunjungan

secara langsung ke tempat usaha tersebut dikarenakan tetangga dekat, sedangkan anggota lain dari kelompok kami dan dosen pembimbing sepakat untuk mengikuti kunjungan secara *online*. Tahap ini merupakan tahap evaluasi dan penilaian atas kerja praktik secara *online* yang dilakukan oleh kelompok kami.

4. Setelah kunjungan, Dosen Pembimbing mengevaluasi laporan akhir SEPORA 2021 apakah kelompok kami dapat mengumpulkan laporan tersebut secara *hardcover* ke dalam program studi.

5. Kelompok kami mengumpulkan laporan akhir SEPORA 2021 berupa *hardcover* untuk program studi.

4. Penyelesaian masalah

Setelah melakukan banyak diskusi bersama anggota dan dosen, penyelesaian masalah diharapkan dapat memberikan solusi berkepanjangan dan dapat dilanjutkan oleh pihak pemilik mitra, yaitu UMKM Rita Cell. Adapun metode penyelesaian masalah yang dilakukan adalah sebagai berikut.

a. Pelatihan

Pelatihan yang dimaksud adalah melakukan ajakan dan pemberian arahan berupa ilmu pengetahuan kepada pemilik mitra tersebut untuk menerapkan pemasaran digital dalam meningkatkan omset penjualan usaha tersebut. Penyuluh (mahasiswa) hanya berjumlah 5 mahasiswa dengan mengadakan pertemuan *online* melalui Whatsapp Video Call

b. Mediasi

Pelaksanaan Program Penerapan Sistem Digital ini dilakukan bersama-sama oleh pemilik mitra dan mahasiswa. Pemilik mitra akan didampingi dan dipantau pelaksanaan operasional mitra hingga waktu tertentu ketika mahasiswa sepenuhnya memberikan hak dan tanggung jawab kepada pemilik mitra.

5. Teknik Analisis Data

Untuk melihat dan menganalisis apakah program ini dapat berjalan dengan lancar yaitu dengan mendiskusikan terlebih dahulu mengenai program kegiatan yang dapat dilaksanakan untuk membantu mitra dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya. Dengan adanya data tersebut, kami akhirnya sepakat untuk menjalankan program dan dengan adanya pengumpulan data atau informasi mengenai perjalanan program ini akan dapat disimpulkan melalui pandangan pemilik mitra terhadap Program Penerapan Sistem Digital pada UMKM Rita Cell.

6. Lokasi, Waktu, dan Durasi Kegiatan

a. Pengumpulan Data bagian A dan B

Lokasi:

Rumah masing-masing (daring, melalui Whatsapp Voice Call)

Waktu dan Durasi:

22 Juni 2021 dan 23 Juni 2021 (masing-masing 1 jam oleh mahasiswa)

b. Pengumpulan Data bagian C

Lokasi:

Rumah masing-masing (daring, melalui via Whatsapp)

Waktu dan Durasi:

24 Juni 2021 (masing-masing 1 jam bersama pemilik mitra)

c. Penyusunan Ide

Lokasi:

Rumah masing-masing (daring, melalui via Whatsapp)

Waktu dan Durasi:

11-20 Juli 2021 (1 jam)

d. Penyuluhan

Lokasi:

Ruko Cipta Puri Blok EE, Kelurahan Tiban Baru, Kecamatan Sekupang, Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau.

Waktu dan Durasi:

22 Juli 2021 (2 jam, 13.00-15.00 WIB)

e. Pelaksanaan Program

Lokasi:

Rumah masing-masing (daring, melalui via Whatsapp dan Instagram)

Waktu dan Durasi:

- 24-29 Juli 2021 (Persiapan program)

- 30-2 Agustus 2021 (Eksekusi program)

- 3 Agustus 2021

- (Penyumbangan hasil program dan pemberian kewenangan akun Instagram kepada pemilik mitra)

f. Penyusunan Data

Lokasi:

Rumah masing-masing (daring, melalui via Whatsapp dan Instagram)

Waktu dan Durasi:

2-3 Agustus 2021

Pembahasan

Pelaksanaan implementasi Kegiatan yang akan diadakan adalah sebagai berikut:

Hari, tanggal : Minggu, 11 Juli 2021

Waktu : 13.00 WIB s/d Selesai

Lokasi/Tempat: Whatsapp Video

Call	
Acara	: Society emPOWERment progRAM (SEPORA)
Tema	: "Meningkatkan Penjualan UMKM Rita Cell melalui Pemasaran Digital"
Peserta	: Pemilik toko Rita Cell
Jumlah	: 5 orang

Cara implementasinya adalah kami mengimplementasi melalui Whatsapp Video Call dikarenakan adanya aturan yang berlaku yaitu PPKM Darurat di Kota Batam.

Luaran yang dicapai, sertakan dokumentasi yang relevan

- Pembuatan Brosur dan Instagram untuk pemasaran UMKM Rita Cell
- Pembuatan Brosur sebagai alat iklan atau promosi untuk menarik perhatian para konsumen
- Sedangkan akun Instagram yang dapat dijadikan sebagai media pengiklanan produk Rita Cell



Gambar 1. Pembuatan Brosur Rita Cell

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 2. Pembuatan Akun Instagram Rita Cell

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 3. Pengiklanan Salah Satu Produk Rita Cell

Sumber: Dokumen pribadi



Gambar 4. Pembuatan Cap Rita Cell

Sumber: Dokumen pribadi



Gambar 5. Implementasi Kegiatan Sepora 2021

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 6. Testimoni Pembeli

Sumber: Dokumen Pribadi

Keunggulan dan kelemahan

Adapun beberapa keunggulan luaran atau focus utama dari program kegiatan yang telah kami laksanakan yaitu

- Dengan adanya pembuatan brosur instagram dapat menarik perhatian pelanggan untuk melakukan pengisian pulsa, paket ataupun pembelian barang lainnya yang ada di UMKM Rita Cell.
- Penerapan sistem digital pada penggunaan aplikasi instagram sebagai branding dalam pelaksanaan kegiatan ini dinilai sangatlah efektif dan cocok bagi pembuka usaha, karena dapat meningkatkan omset penjualan melalui strategi pemasaran digital.

- Adapun beberapa kelebihan dari penerapan sistem digital yaitu efektivitas serta penghematan waktu dan tenaga, karena pelanggan dengan sangat mudah berinteraksi melalui media sosial tanpa perlu mengeluarkan biaya transportasi untuk menuju tempat UMKM ini di masa pandemi Covid-19.

Namun adapun beberapa kelemahan luaran dari implementasi kegiatan ini yaitu

- Setidaknya harus memiliki sebuah ponsel android yang mampu mengakses aplikasi instagram karena hanyalah aplikasi ini beroperasi pada ponsel yang diunduh melalui appstore.

Simpulan

Kelompok kita merancang Pemasaran Digital untuk Rita Cell yang sedang mengalami penurunan pendapatan. Kelompok kita melakukan promosi produk dengan Akun Instagram dan memperluas pasar Rita Cell dengan membagikan Akun Instagram Rita Cell kepada Keluarga maupun Teman. Kami mengucapkan Terima Kasih terutama kepada Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam pembuatan laporan dan artikel, kemudian juga berterimakasih kepada seluruh anggota kelompok yang telah melaksanakan tugasnya masing-masing dalam menyelesaikan proyek ini.

Daftar Pustaka

AC Wijaya. (2020). *BAB III METODE PENELITIAN*. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/19896/05.3>

- Setidaknya harus adanya jaringan internet yang memadai agar dapat berinteraksi satu sama lain

Tingkat Kesulitan

Tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan yang kita hadapi adalah Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) sehingga semua kegiatan dibatasi namun kami tetap berusaha dengan semaksimal mungkin. Pelaksanaan implementasi kegiatan ini hanya satu yaitu ketua dari anggota kelompok kita yang dapat mengimplementasikan kegiatan ini secara tatap muka, dan lainnya mengikuti secara online melalui Whatsapp Video Call dikarenakan adanya aturan yang berlaku yaitu PPKM Darurat di Kota Batam.

bab

3.pdf?sequence=7&isAllowed=y

Habib 3107. (2018). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Pemasaran Halaman 1 - Kompasiana.com*.

<https://www.kompasiana.com/habib31079300/5b50a860ab12ae6a3632a722/pemanfaatan-media-sosial-instagram-sebagai-sarana-pemasaran>

Iman, M. (2020). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>

Septiano. (2017). *Apa Itu Digital Marketing? Pengertian dan Konsep Dasarnya*. 3 May. <http://redtreeasia.com/info/apa-itu-digital-marketing-pengertian-dan-konsep->

- dasarnya/
Suharsimi Arikunto. (2006).
*METODOLOGI PENELITIAN
DAN PROFIL DESA*.
[https://sc.syekhnurjati.ac.id/essc
amp/risetmhs/BAB3141436102
1.pdf](https://sc.syekhnurjati.ac.id/esscamp/risetmhs/BAB31414361021.pdf)
Sukmadinata, S. (2005). Metode
Penelitian. In *Metode Penelitian*
(p. 5). [http://a-
research.upi.edu/operator/uploa
d/t_pd_0908073_chapter3.pdf](http://a-research.upi.edu/operator/upload/t_pd_0908073_chapter3.pdf)