

PENGEMBANGAN WISATA KAMPUNG BEBEK MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA KEBONSARI KEC. CANDI KAB. SIDOARJO

¹RUCHAN SANUSI, ²MANGGARRISKA PUTRI

^{1,2}Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Bhayangkara Surabaya

Jl. Ahmad Yani No.114 Surabaya Telp. (031) 8285602, Fax. (031) 8291107

email : ¹ruchan@ubhara.ac.id, ²Manggarriskaaputri@gmail.com

ABSTRAK

Desa Kebonsari adalah desa wilayah yang sebagian penduduknya memiliki matasebagai peternak bebek. Dengan penduduk yang sebagian besar sebagai peternak bebek, sehingga dapat disebut kampung bebek. Peternak bebek di Desa Kebonsari dapat menghasilkan telur asin ratusan yang pastinya penggunaan pakannya berupa hasil limbah tampak di Sidoarjo seperti kupang dan kepala udang yang menjadikan rasa telurasin ini berbeda dan unik. Desa Kebonsari mempunyai karakteristik dimana masyarakat memiliki kemampuan dalam beternak, pencaharian tetapi sebagian besar masyarakat sekitar tidak mengetahui dan perlu mendapat perhatian untuk meningkatkan produksi ternak mereka dengan tujuan dapat meningkatkan penjualan. Desa Kebonsari ini pun sangat kurang dalam mengenai dunia literasi digital. Kampung yang sering dikenal kampung bebek ini pun ternyata belum mengetahui apa yang disebut literasi digital, bahkan Sebagian besar juga tidak mengetahui manfaat dari literasi digital. Selama ini yang terjadi organisasi tersebut tidak dapat berjalan dengan optimal karena tidak adanya pengelolaan dengan baik lembaga manajemen dan kurang terlatihnya Sumber Daya Manusia untuk mengelola sebuah organisasi. Untuk mengembangkan Kampung bebek ini perlu perhatian khusus dilakukan dengan pemberdayaan UMKM yang diharapkan untuk mampu menambah lapangan pekerjaan guna meningkatkan kapasitas dalam pengelolaan organisasi, meningkatkan pengembangan kampung bebek melalui media sosial, dalam mengetahui digital marketing. guna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, melakukan regenerasi terhadap kepengurusan kelompok peternak Sumber Pangan Desa Kebonsari.

Kata Kunci : Literasi, Kampung Bebek, Media Sosial

ABSTRACT

Kebonsari Village is a regional village where some of the residents have eyes as duck breeders. With the population being mostly duck breeders, it can be called a duck village. Duck farmers in Kebonsari Village can produce hundreds of salted eggs, of course the use of feed is in the form of waste products seen in Sidoarjo such as mussels and shrimp heads which make the taste of this salted egg different and unique. Kebonsari Village has a characteristic where the community has the ability to raise livestock, livelihoods but most of the surrounding community does not know and needs attention to increase their livestock production with the aim of increasing sales. Kebonsari Village is also very lacking in the world of digital literacy. It turns out that this village, which is often known as Kampung Bebek, doesn't know what is called digital literacy, and most of them don't even know the benefits of digital literacy. So far, what has happened is that the organization cannot run optimally because there is no proper management of its management institutions and lack of trained human resources to manage an organization. To develop Kampung Bebek, special attention is needed by empowering MSMEs which are expected to be able to increase employment in order to increase capacity in organizational management, increase the development of Kampung Bebek through social media, in knowing digital marketing. in order to improve the community's economy, regenerate the management of the Sumber Pangan breeder group in Kebonsari Village.

Keywords: Literacy, Kampung Duck, Social Media

1. PENDAHULUAN

Desa Wisata adalah suatu bentuk perkembangan pariwisata yang memberikan kontribusi masyarakat sekitar pedesaan dan pelestarian lingkungan area pedesaan. Desa wisata memiliki produk wisata yang bernilai budaya dan memiliki karakteristik tradisional yang kuat. (Fandeli, Baiquni, Dewi, 2013). Desa Wisata terletak pada Kampung Bebek ini mengembangkan suatu wilayah (desa) dengan memanfaatkan unsur – unsur terdapat dalam masyarakat desa yang memiliki suatu produk wisata, dan menjadikan suatu rangkaian aktivitas Kabupaten Sidoarjo merupakan kabupaten yang memiliki perkembangan UMKM yang paling pesat di Jawa Timur. Terutama di Kampung Bebek yang menghasilkan Telur Asin di Desa Kebonsari, Kecamatan Candi. Kampung bebek ini menjadi salah satu penghasil produk unggulan di Kabupaten Sidoarjo. Para peternak ini menggunakan pakan yang berupa hasil limbah tambak seperti kupang dan kepala udang untuk menghasilkan rasa yang sedap dari telur asin ini berbeda dan unik.

Usaha mikro kecil dan menengah adalah kelompok usaha yang memiliki usaha yang paling besar, menurut rudjito UMKM adalah sangat penting selain menciptakan lapangan pekerjaan juga menciptakan usaha yang lebih banyak. UMKM selama ini dapat terbukti sebagai kutup pengaman dimasa krisis, melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan nilai tambah, keberhasilan dalam meningkatkan UMKM berarti memperkokoh bisnis di masyarakat. Hal ini dapat membantu mempercepat proses pemulihan perekonomian nasional, dan sekaligus sumber dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam pelaksanaan otonomi pemerintahan. perkembangan UMKM merupakan proses yang sangat baik untuk membawa suatu bangsa menuju kemakmuran.

Konsep strategi pemasaran menurut Rodiosunu (2001 : 27) juga menjelaskan mengenai pemilihan pangsa pasar yaitu market positioning pemasaran yang tak mungkin menguasai pasar keseluruhan. Keadaan ekonomi masyarakat menjadi factor pendorong bagi pemerintah untuk membuat perubahan. Perubahan yang akan dilakukan oleh pemerintah adalah dilakukannya pemberdayaan kepada masyarakat, yang menjadikan kreatif dalam mengelola sumber daya yang ada dan mampu dapat merubah perekonomian mereka menjadi lebih baik.

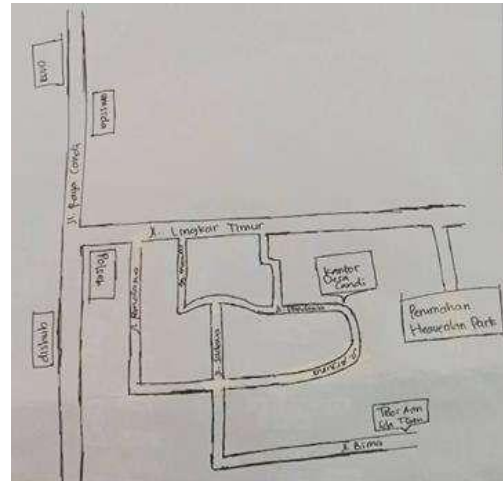
Digital marketing menurut Kleindl & Burrow (2005) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari ide atau pemikiran konsep, harga, promosi dan distribusi. Marketing dapat diartikan lebih sederhana yakni pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling memuaskan antara perusahaan dan konsumen. Digital marketing dalam media sosial menurut Chaffey (2002:14) adalah penerapan teknologi digital yang membentuk online channel ke pasar (website, e-mail, data base, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk didalamnya blog, feed, podcast, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah salah satu upaya untuk mewujudkan Tri Dharma Perguruan Tinggi di bidang Pengabdian Kepada Masyarakat. Untuk hal itu kelompok kami akan melaksanakan kegiatan KKN di Desa Kebonsari dan dapat dikenal Kampung Bebek. Berdasarkan Hasil survey yang lakukan, kami memutuskan untuk mengambil lokasi di Desa Kebonsari atau yang dapat dikenal dengan Kampung Bebek, Kecamatan Candi untuk sebagai tempat KKN Tematik

Dalam mencapai tujuan tersebut diatas, maka kegiatan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) kelompok 031 Universitas Bhayangkara Surabaya mengambil lokasi di Desa Kebonsari, Kecamatan Candi, Sidoarjo. Dalam kondisi lingkungan dan Sumber Daya Manusia di desa Kebonsari, Kampung bebek yang menjadikan kami memilih desa tersebut karena mendukung menjadikan kegiatan pengembangan desa wisata Kampung bebek melalui pemberdayaan UMKM dan bentuk kelompok sadar wisata dalam pemanfaatan media sosial dapat terlaksanakan dengan baik. Dalam pengembangan desawisata kampung Bebek di Desa Kebonsari ini, maka kami akan dapat memberikan dan membuat fasilitas spot foto, plakat jalan, penghijauan, edukasi yang dilakukan seluruh warga masyarakat dan supaya para wisatawan merasa nyaman ketika datang berkunjung.

2. ANALISIS SITUASIONAL

Kegiatan KKN TEMATIK 2022 yang dilaksanakan di Kampung Bebek Desa Kebonsari. Desa ini juga disebut dengan kampung literasi, pasalnya kampung ini banyak menyajikan edukasi-edukasi yang sangat positif terhadap masyarakat sekitar.



Desa Kebonsari berjarak sekitar 10 kilometer dari pusat pemerintahan Kabupaten Sidoarjo. Desa berpenduduk 5.286 jiwa ini bisa dijangkau melalui jalan raya Surabaya-Sidoarjo-Pasuruan, jalur lingkaran timur Sidoarjo, dan tol Sidoarjo. Letak desa ini persis di belakang Kantor Polsek Candi. Gapura di pintu gerbang desa menjadi penanda kawasan kampung bebek. Pengunjung tinggal menelusuri jalan utama desa yang beraspal. Untuk mencari rumah peternak bebek atau penjual telur asin sangat mudah karena ada papan nama di depan rumah mereka. Kepala Desa Kebonsari Imam Sarudji mengatakan, saat ini terdapat sekitar 30 peternak bebek yang terwadahi dalam Kelompok Tani Sumber Pangan.

3. METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaan KKN Tematik kelompok 031 di Kelurahan Kebonsari menggunakan model pendekatan individual dan perseorangan dengan metode mendatangi para UMKM usaha telur bebek dan pengabdian masyarakat. Adapun kegiatan yang kami rangkai antara lain adalah kunjungan UMKM observasi dan wawancara untuk mengamati kegiatan atau proses pembuatan telur bebek yang ada di desa Kebonsari, guna mencari informasi bersifat deskripsi mengenai produk usaha untuk dipublikasikan kepada masyarakat luas melalui media sosial yang akan dibuat. Untuk target dalam sosialisasi dan edukasi ada 50 orang dan itupun bisa lebih, sosialisasi dan edukasi meliputi dalam memberikan sejumlah pemahaman dan pengertian mengenai digital marketing; content media sosial; dan kamtibmas; pembuatan plang arah jalan; pembuatan papan tanaman; dan bersih balai desa. Sasaran target kegiatan adalah masyarakat Kebonsari yang lebih tepatnya yaitu para peternak bebek dan pelaku UMKM. serta dampak kampung wisata terhadap ekonomi dan kamtibmas. Selanjutnya adalah mempublikasikan ke media, ini adalah tahap akhir dari program kerja dengan mempublikasikan hasil dari KKN yang kami laksanakan. Itulah beberapa metode pelaksanaan yang akan di kerjakan dan di tuntaskan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan KKN di Kampung Bebek, Desa Kebonsari, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo dilaksanakan selama 10 hari dalam satu bulan terhitung dari tanggal 21 Oktober 2022 sampai dengan tanggal 14 November 2022. Pelaksanaan program kerja KKN 031 di Kampung Bebek Desa Kebonsari berhasil dilaksanakan dengan baik. Masyarakat dapat bekerjasama dan memberikan bantuan baik materi maupun non materi terhadap program kerja yang dilaksanakan peserta KKN.



Gambar 1. Bagian Metode Pelaksanaan

- Pengunjungan UMKM : yang membagi tim beberapa kelompok, melakukan survey ke rumah warga yang memiliki usaha ternak
- Pembuatan Konten Media Sosial:
 - membuat sosial yang sudah ditentukan seperti: web iklan, Instagram, youtube.
 - menentukan media konten lainnya yang akan digunakan sebagai sarana promosi
- Penyuluhan: menyebarkan undangan penyuluhan kepada masyarakat, menyiapkan materi beserta perlengkapan yang dibutuhkan, melaksanakan, penyuluhan mengenai digital marketing, Kamtibmas, dan media konten
- Pembentukan karang taruna : membantu meningkatkan potensi itu dirancang sebaik mungkin melalui program kerja karang taruna agar sesuai dengan tujuan yang dimaksud oleh kampung bebek

Tabel 1. Keterangan



Gambar 2. Wawancara di Kediaman Pak Sulaiman



Gambar 3. Kunjungan Kandang Bebek

Dalam hal ini beberapa kegiatan yang dilakukan yaitu mewawancarai Bapak Sulaiman, bagaimana asal usul dimulai usaha bebek dan bertahan hingga sampai saat ini. Asal usul berdirinya nama Kampung Bebek Kebonsari. Mengetahui cara pembuatan, pengolahan, dan system pemasaran yang dilakukan para pelaku UMKM di Kampung Bebek Desa Kebonsari. Program kerja KKN yang mana melakukan pengunjungan UMKM terlebih dahulu guna mengenali produk telur bebek pada kediaman rumah Bapak Sulaiman, agar dapat merencanakan kegiatan selanjutnya, yang digunakan sebagai contoh untuk membuat konten sosial media, melakukan pendataan untuk mengetahui berapa banyak yang memiliki usaha ternak bebek.



Gambar 4. Proses pembuatan



Setelah mendapatkan informasi beserta data dari pengunjungan UMKM dari pemilik usaha yang bernama Sulaiman, maka kami tim KKN membuat media sosial agar kampung bebek ini memiliki account official untuk dapat membagikan kegiatan updateselanjutnya. Agar para peternak usaha dapat mengembangkan usaha, mengenalkan usahanya melalui media sosial yaitu bedia online. Tidak hanya menfokuskan satu usaha peternak saja, berlaku untuk seluruh peternak yang ada di Kampung Bebek di Desa Kebonsari.

Berikut adalah tampilan media sosial UMKM Kampung Bebek yang telah di buat:



Gambar 5. Official akun instagram



Gambar 6. Official akun Tiktok

Berikut akun media sosial yang kami kerjakan untuk Kampung Bebek. Media sosial tersebut yang dipilih untuk memperkenalkan produk UMKM. Karena Di era digital seperti saat ini, perkembangan UMKM semakin cepat ditandai dengan penjualan onlinemelalui penggunaan media sosial seperti website atau pemasaran, iklan digital. Media sosial merupakan pihak perantara yang mewa- dahai penjual dan pembeli di dunia maya. Tampilan profil yang kami pakai adalah @kampungbebek- sidoarjo yang dipakai dalam Instagram. Dan @officialkebonsari yang dipakai user nama di media sosial tiktok. Setelah dibuatkan media sosial, hasil tersebut akan di tampil-

kan pada saat penyuluhan sosialisasi. Dengan menjelaskan bagaimana para peternak dapat mengetahui cara mempromosikan dan mempublikasikan usaha mereka.



Gambar 7. Pemateri



Gambar 8. Sosialisasi Digital Marketing



Gambar 9. Sosialisasi Kamtibmas

Mengadakan kegiatan penyuluhan yang mempunyai dua tema dan dua pemateri. Penyuluhan sosialisasi yang bertemakan tentang Digital Marketing dan Kamtibmas. Selama pelaksanaan KKN berlangsung mengadakan kegiatan penyuluhan guna dapat membantu penduduk Kampung Bebek dalam aspek perekonomian dan Keamanan bagiketertiban masyarakat. Dalam sosialisasi tersebut yang bertemakan tentang Digital marketing yang diisi pemateri dosen UBHARA yaitu Ibu Diana Rapisari, S., MM. Hadir untuk membantu penduduk Kampung Bebek untuk memberikan edukasi tentang pengembangan produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui program digitalmarketing, sehingga para Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada pada desa Kebonsari dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Digital marketing dapat berupa social media, e-commerce, blog dan lain sebagainya untuk membantu prekonomian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam menjalankan bisnisnya. Upaya tersebut di lakukan untuk memberikan inovasi-inovasi kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Kebonsari untuk mengembangkan produk dan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi, yang mana kami berharap upaya tersebut dapat dilanjutkan serta berkembang untuk kemakmuran warga Desa Kebonsari di Kampung Bebek.

Sosialisasi yang bertemakan tentang Kamtibmas yang di sampaikan oleh pemateri dosen dari UBHARA yaitu Bpk. Ruchan Sanusi, SE., MM. beliau memberikan edukasi terhadap masyarakat yang diharapkan dapat sadar dan paham atas kegunaan hukum dan demi menciptakan pemerintah yang komitmen dan bertanggung jawab dalam melaksanakan proses pemerintahan yang bersih, amanah, dan akuntabilitas. Agar terciptanya perangkat desa & kecamatan Agar terciptanya perangkat desa & kecamatan yang be yang bersih, amanah, dan bersih, amanah, dan akuntabilitas, serta bebas dari tindak pidana korupsi, kolusi, dan nepotisme. Kami juga dapat melaksanakan tugas-tugas terutama dalam melakukan pendekatan dan menjalin hubungan dengan warga masyarakat serta membangun kemitraan dengan masyarakat dalam melalui suatu program kerja yang telah direncanakan.



Gambar 10. Sesi foto selesai Penyuluhan

Kegiatan diakhiri dengan pemberian doorprize kepada peserta UMKM dalam sesi tanya jawab, penyerahan plakat dan sesi foto bersama.



Gambar 11. Sosialisasi Konten Media Sosial

Setelah melakukan penyuluhan terhadap masyarakat tentang Digital Marketing dan Kamtibmas, kami juga mengundang para remaja untuk memberikan informasi, edukasi tethadap penggunaan media sosial. Memberi kan pengetahuan juga bagaimana cara memasarkan UMKM dan membantu warga masyarakat.



Gambar 12. Pembentukan Karang Taruna



Dari gambar tersebut program kerja KKN 031 yaitu membantu warga desa Kampung bebek Desa Kebonsari dengan pembentukan karang taruna. Karena pada kampung Bebek ini memiliki permasalahan salah satunya yaitu belum adanya organisasi kepemudaan di tingkat desa yakni Organisasi Pemuda Karang Taruna. Peran pemuda dalam kontribusi terhadap kegiatan di tingkat desa sangat kurang dikarenakan hal yang mendasar belum adanya organisasi yang menggerakkan kepemudaan di Desa Kebonsari. Kegiatan ini dilakukan dengan terlebih dahulu mengadakan sosialisasi peraturan pembentukan organisasi Karang Taruna hingga sampai pada pendampingan organisasi Karang Taruna Desa Kebonsari agar dapat membantu Kampung bebek dapat berkembang dan memajukan visi dan misi pada desa.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Inti dari kegiatan kelompok KKN Tematik 031 Ubhara Surabaya adalah sebelum kegiatan berlangsung kami memikirkan beberapa program kerja yang ingin dikerjakan agar KKN tersebut bisa terlaksana dengan baik dan memuaskan. Munculah ide dengan yang bertemakan “Pengembangan Wisata Kampung Bebek Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Kebonsari Kec. Candi Kab. Sidoarjo”. Pelaksanaan KKN Tematik kelompok 031 di Kelurahan Kebonsari menggunakan model pendekatan individual dan perseorangan dengan metode mendatangi per peternak telur bebek dan penyuluhan. Kegiatan yang kami rangkai antara lain adalah, kunjungan UMKM; Penyuluhan digital marketing, content marketing dan kamtibmas; pembuatan plang arah jalan; pembuatan papan tanaman; dan bersih balaidesa.

Dalam hal ini, input menggambarkan sumber daya, fasilitas yang diperlukan dalam memberdayakan agen pembaharu. sumber daya yang dimaksud yaitu sumber daya manusia yang akan mengelola kelompok peternak itik Sumber Pangan, hasil yang diperoleh dilapangan ternyata dalam Kelompok Peternak sumber daya yang mengelolabelum mencukupi sehingga tidak dapat mengelola dengan baik kelompok tersebut. Sedangkan dalam hal fasilitas, yang dimaksud adalah fasilitas yang dapat menunjang proses pemberdayaan agen pembaharu, disini fasilitas yang diberikan seperti pemberian pelatihan untuk meningkatkan ketrampilan, penguasaan terhadap teknologi, dan modal. Dikarenakan pada tahun ke tahun, terutama pada tahun 2019 terakhir mengalami penurunan. Yang seharusnya terdiri dari 38 orang pengusaha, menurun menjadi 18 orang pengusaha. Menurun yang sangat drastis dan berkurang 50%. Factor utama yaitu karena faktor covid19 yang melanda dan juga proses dari factor pakan yang tidak terpenuhi. Karena, jika factor pakan tidak sama, kualitaspun juga lain.

Saran

Untuk warga Desa Kebonsari harus dapat meningkatkan dan mengetahui mediasosial lebih dalam agar dapat mengikuti zaman. Lebih menguasai cara memasarkan produk yang dimilikinya agar dapat dikenal masyarakat luas. Dan juga harus meningkatkan partisipasinya dalam mengembangkan desa wisata dalam Kampung Bebek agar ekonomi rumah tangga juga dapat meningkat dan mendapatkan kesempatan kerja.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami anggota KKN Tematik Ubhara kelompok 031 mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Bhayangkara Surabaya dan Kepala LPPM Universitas Bhayangkara Surabaya yang telah memberi dukungan dan memfasilitasi tim dengan memberikan dana hibah melalui Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2022 untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kami juga berterimakasih kepada Kepala Desa Muhammad Cuzaini, dan seluruh warga Kebonsari telah menerima Tim KKN 031 dalam pengabdian masyarakat ini dan sudah mau bekerja sama dengan kami. Tak lupa juga berterima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan Bapak Ruchan Sanusi, SE., MM selaku DPL kami mau menjadi DPL kelompok 031, dan membimbing, membantu. dan mengarahkan kami selama pelaksanaan KKN. Terima kasih juga kepada Ibu Diana Rapisari SE., MM, yang telah menjadi narasumber dan mau mengisi materi yang bertemakan Digital Marketing yang mengedukasi masyarakat tentang pemasaran produk UMKM. Pada hari yang sudah kami tentukan. Terima kasih sebanyak – banyaknya untuk teman - teman mahasiswa yang sudah meluangkan, tenaga, waktu, dan pikiran untuk melancarkan dan mensukseskan KKN Tematik Ubhara Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Retno Yuni Purwanti, 2020. Model Pemberdayaan Masyarakat Di “Kampung Bebek Dan Telur Asin” Desa Kebonsari Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo (Studi Pada Kelompok Peternak Itik Sumber Pangan) S1 Ilmu Administrasi Negara, FIS, UNESA

- [2] Purwanti, Retno Yuni. 2015. Model Pemberdayaan Masyarakat Di “Kampung Bebek Dan Telur Asin”Desa Kebonsari Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo (Studi Pada Kelompok Peternak Itik Sumber Pangan)”. FISIP UNESA
- [3] Muhammad Nur, Marisa S.B Seran, Pendampingan Pembentukan Organisasi Pemuda Karang Taruna Desa Seo, Volume 03 , Nomor 02, Agustus 2020
- [4] Muslim, Fatkuroji, & Muntoli’ah. (2016). Pemberdayaan pemuda karang taruna melalui program remaja pintar berbasis agama desa wisata Kandri Kota Semarang. DIMAS, 16(1), 145–166. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21580/dms.2016.161.896>
- [5] Tulus Tambunan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting, (Jakarta: LP3ES, 2012), hal. 11–7 <https://endah240395.wordpress.com/2015/01/05/makalah-umkm/>
- [6] Hably Izzul Akbar, Diana Hertati. 2019, Program Studi Ilmu Administrasi Negara UPN "Veteran" Jawa Timur, Vol 1 No 2 (2019): Public Administration Journal of Research
- [7] <https://www.kompasiana.com/jessicaputri0734/639af63b43b73e55df580922/adakan-sosialisasi-pengembangan-umkm-untuk-memanfaatkan-media-sosial-iklan-digital>
- [8] <https://sisariyantimedia.com/wisata-pendidikan-kampung-bebek-candi-sidoarjo/>

