



PENGUATAN PEMASARAN DAN PRODUKSI BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI PADA IRT SEWINGBYNES SURABAYA

Oleh

Darmanto¹, Dwi Taufik Hidayat², Indra Budi Trisno³

^{1,2,3}Universitas Widya Kartika Surabaya

E-mail: ¹darmanto@widyakartika.ac.id, ²dwitaufighidayat@widyakartika.ac.id,

³Indrabt@widyakartika.ac.id

Article History:

Received: 09-06-2022

Revised: 22-06-2022

Accepted: 20-07-2022

Keywords:

Teknologi informasi,
Instagram, HPP

Abstract: Pandemi Covid-19 yang berlangsung sejak Tahun 2020 telah berdampak pada kegiatan perekonomian, termasuk usaha jahit dan konveksi Sewingbynes. Harga Pokok Produksi (HPP) ditetapkan secara konvensional dan transaksi keuangannya dikelola secara sederhana di buku catatan. Pemasarannya melalui jaringan pertemanan atau media sosial. Perangkat Instagram dimanfaatkan sebagai etalase daring untuk memajang produknya. Namun disain konten produk media ini kurang menangkap kebutuhan konsumen karena keterbatasan kapasitasnya. Penetapan HPP modernisasi dan optimalisasi konten intagram diperlukan untuk meraih keuntungan yang lebih baik dan menaikkan omset usaha. Tujuan kegiatan ini untuk: meningkatkan kapasitas Teknologi Informasi (TI) dalam pemasaran, produksi dan keuangan. Metode pelaksanaannya meliputi kegiatan: (1) mengamati proses produksi, pemasaran dan transaksi keuangan; (2) mengadakan pelatihan dan pendampingan aplikasi modul produksi dan perangkat pemasaran digital. Penerapan media Intagram dengan konten gambar dan video yang menarik dan aplikasi HPP secara signifikan dapat meningkatkan akses pelanggan, tingkat efisiensi dan pendapatan perusahaan.

PENDAHULUAN

Sewingbynes merupakan Industri Rumah Tangga (IRT) yang bergerak di bidang usaha jahit dan konveksi yang berlokasi di Jl. Wonokitri Besar No. 25, Kecamatan Sawahan Surabaya. Usaha Mikro ini mulai dirintis pada Bulan April 2020 sejak sebulan, pada saat pertama kalinya Covid-19 dilaporkan masuk Indonesia. Selang beberapa bulan berikutnya terjadi lonjakan penularan virus ini yang cukup signifikan. Hampir semua para pelaku bisnis terkena dampaknya, termasuk tekanan di sektor Usaha Mikro Kecil Mengah (UMKM). Tercatat terjadi penurunan omzet penjualan antara 57% sampai 83% untuk variasi jenis produk usaha dan perdagangan UMKM di Jawa Timur dalam rentang waktu antara bulan Februari 2020 sampai Mei 2020, termasuk usaha pakaian (Soetjipto, N., 2020). Saat ini,



kasus terkonfirmasi positif COVID-19 masih berlangsung. Menyesuaikan kondisi ini, pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan terkait penanganan COVID-19 dengan mempertimbangkan beberapa aspek termasuk ekonomi dan sosial. Pemerintah terus berupaya meredam laju penularan kasus dengan tetap mempertimbangkan kondisi sosial-ekonomi masyarakat agar roda ekonomi tetap berputar, diantaranya melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional pemerintah pusat. Hasilnya sebagian sektor informal dan UMKM dapat bertahan menghadapi dampak pandemi Covid-19.

Di tengah kondisi Pandemi yang semakin meredah, Sewingbynes berpeluang mengoptimalkan kemampuan dan skala prioritas usaha termasuk pasar dan lingkungannya. Pemilik usaha tetap berfokus pada penjualan pakaian untuk memenuhi kebutuhan rumahan yang menjadi kebutuhan dasar. Bisnis konveksi masih banyak diminati dan terus berkembang karena permintaan pasarnya yang tinggi. Diawali dengan modal usaha yang tidak terlalu besar sebagai kelas pemula, IRT ini memulai usaha dengan memproduksi masker kesehatan dan jilbab serta menyewakan baju Muslim. Seiring dengan perkembangan usaha dan setelah berhasil mendapatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan jasa jahitan yang diberikan, terjadi peningkatan permintaan pelanggan yang cukup signifikan. Sewingbynes dijalankan oleh seorang pimpinan dengan 5 orang pekerjanya dalam suatu rumah produksi yang tidak besar. Teras rumah di rancang untuk kegiatan produksi, taman dan tempat parkir karyawan. Ruang tamu di fungsikan untuk berbagai jenis kegiatan seperti menerima pelanggan, menyimpan rak bahan, membuat pola dan memotong, konsolidasi dengan karyawan dan sebagainya.



Gambar 1. Rumah Produksi Sewingbyness

Saat ini perusahaan telah memenuhi permintaan produksi dalam jumlah masal dan ada juga yang khusus perorangan. Di samping memenuhi kebutuhan pesanan pelanggan, juga memproduksi produknya sendiri. Produknya berupa baju fashion perempuan dan anak-anak dengan label Neslogika yang saat ini penjualannya sekitar 30 pcs per bulan. Kini usahanya telah memiliki aset berupa 3 mesin jahit utama, 1 mesin lubang kancing dan 2 mesin obras.

Pada umumnya kendala yang dihadapi UMKM rata-rata berkaitan dengan proses produksi, pemasaran atau akses pasar, Sumber Daya Manusia (SDM), akses permodalan, Teknologi Informasi (TI), regulasi atau pengelolaan manajemen (Setiawati, I., dkk., 2019). Berhadapan dengan permasalahan yang ada, para pelaku bisnis UMKM dituntut memiliki kompetensi agar mampu bersaing menghadapi tantangan lokal maupun global (Lilabror, K., 2015). Demikian halnya yang terjadi pada Sewingbynes, terutama permasalahan SDM yang relatif rendah dan kurangnya dukungan iptek yang memadai. Status pekerjanya yang tidak mengikat sehingga rawan untuk *resign*. Dalam hal ini pihak manajemen harus pintar-pintar menjaga hubungan baik dengan karyawannya. Untuk menjaga hubungan baik agar para karyawan tetap termotivasi dalam bekerja. Pihak manajemen tidak segan memberikan semacam bonus tambahan di luar gaji mereka, menjalin komunikasi yang humanis, atau



melakukan pendekatan manusiawi yang bersifat kekeluargaan.

Kegiatan proses produksi baju, mulai dari penyiapan bahan, pembuatan pola dan pemotongan dan dilanjutkan pekerjaan penjahitan seperti tampak pada gambar 1. Setelah proses penjahitan dilanjutkan sampai aktivitas penyelesaiannya, yang meliputi kegiatan pemasangan asesoris, pengemasan dan pengiriman atau penerimaan produk ke pelanggan. Proses pengerjaan yang sesuai dengan alur yang benar, dapat meningkatkan kinerja dan produktifitas usaha. Setiap tahap proses produksi membutuhkan kalkulasi yang matang, terutama perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). HPP ini merupakan akumulasi dari biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka menghasilkan produk yang akan dijual. Perhitungan dan kegunaan HPP adalah penting untuk setiap jenis produk yang dihasilkan. Kemudahan dalam metode perhitungan dan penetapan harga ini dapat memberikan keuntungan yang berlipat.

Perusahaan dalam menentukan HPP setiap jenis produknya masih bersifat konvensional atau semi manual dengan mengalkulasikan biaya bahan, upah pekerja dan komponen lainnya seperti benang, kancing, listrik dan lain-lain. Perhitungan HPP yang matang dan modern, mendukung manajemen untuk menetapkan HPP yang tepat, mampu bersaing dipasaran, dan mendapatkan keuntungan yang lebih baik, sekaligus berpeluang meningkatkan kapasitas produksinya. IRT ini telah menjalin kerja sama dengan beberapa reseller dari kota Surabaya, Jombang dan Mojokerto untuk menjualkan produknya setiap bulannya.

Di sisi lain, keuangan merupakan hal yang sangat penting untuk setiap usaha. Sejauh ini transaksi keuangan perusahaan dikelola secara sederhana di buku catatan yang kadang tercampur keuangan keluarga. Pemilik hanya membukukan keluar dan masuknya uang. Pelaku usaha mikro selayaknya juga perlu mengelola keuangannya secara sistematis untuk kelancaran proses bisnisnya. Karena itu semua transaksi usaha mesti dicatat secara rinci agar dapat membuat laporan keuangan yang representatif. Pengelolaan keuangan yang kurang efektif, dapat menyulitkan kinerja usaha untuk mengambil keputusan berdasarkan informasi yang akurat. Apabila manajemen keuangan dapat dikelola terstruktur, pimpinan dapat lebih fokus mengembangkan investasi bisnisnya.

Media pemasaran yang digunakan masih konvensional, lewat mulut ke mulut dan dengan media sosial yang terbatas. Instagram dimanfaatkan sebagai etalase daring untuk memajang produknya dengan konten gambar atau video. Testimoni pelanggan dan jasa Selebgram mewarnai konten Instagram untuk meningkatkan permintaan pelanggan. Pemanfaatan media ini masih bisa di optimalkan dengan membuat konten yang menarik, didukung dengan grafis dalam format video atau gambar yang cantik, caption singkat sarat makna, dan tidak membosankan yang menarik pengikutnya. Akan tetapi deskripsi produk media ini bisa jadi kurang menangkap kebutuhan konsumen karena keterbatasan kapasitasnya.

Dalam kegiatan pemasaran daring, tidak sekedar membuat dan mengembangkan produk, menetapkan harganya, atau terjangkau oleh konsumen. Namun demikian bagaimana memberikan informasi dan mengemas produk dan jasa yang ditawarkan menarik pelanggan melalui kegiatan promosi, seperti pengaturan diskon harga (Pratiwi, D.O, 2019). Pelaku usaha harus mengoptimalkan deskripsi produk yang membuat penjualan dapat melejit seperti informasi garansi, diskon, atau bebas ongkir.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan tersebut, menjadi kesepakatan



pelaksana kegiatan pengabdian bersama pemilik Sewingbynes untuk menentukan solusi dari jenis persoalan prioritas bidang pemasaran dan produksi. Persoalan spesifik yang diselesaikan selama pelaksanaan kegiatan adalah bagaimana meningkatkan jangkauan pemasaran, pelayanan pelanggan melalui peningkatan kompetensi pelaku usaha, dan modernisasi penetapan HPP.

METODE

Berdasarkan solusi yang ditawarkan, akan dijabarkan metode pelaksanaannya terkait dengan bidang permasalahan perusahaan. Pelaksanaan kegiatan mencakup beberapa tahapan.

1. Tahap persiapan

Pada tahap ini, dipersiapkan orang-orang yang terlibat dalam kegiatan, baik dari pelaksana dan SDM Sewingbynes. Beberapa kegiatannya sebagai berikut

- a. Melakukan observasi proses bisnis pada bidang produksi, pemasaran dan transaksi keuangan, serta layout areanya.
- b. Penyiapan sarana fisik perusahaan untuk kebutuhan aplikasi mencakup ruang, software pendukung dan seperangkat hardware (Komputer) dan fasilitas internetnya.
- c. Melakukan instalasi aplikasi agar dapat dioperasikan dengan tepat dan benar.
- d. Menetapkan jadwal pelaksanaan pelatihan dan pendampingan

2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan pelatihan melibatkan Pimpinan atau pihak manajemen dan perwakilannya yang nantinya berperan menjalankan tugas tambahan sebagai administrator aplikasi. Pelaksanaan pelatihan dengan tatap muka langsung dipandu pelaksana kegiatan. Pada bidang keuangan, mencakup pelatihan Tutorial aplikasi, pembuatan master, transaksi produksi, penentuan HPP, kontrol bahan persediaan dan laporannya. Sedangkan pada bidang Pemasaran, mencakup materi tutorial optimalisasi aplikasi Instagram yang gratis dengan cara organik atau berbayar dengan Instagram ads. Materi pelatihan menggunakan cara organik yang mencakup pembuatan konten menarik, berbasis graphis (video, gambar); pengolahan fitur bawaan seperti kamera, filter, story, atau Ig tv; serta pembuatan hastag, reels, atau Insta story.

3. Tahap Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan Tim pelaksana kegiatan bersama Tim perusahaan yang terlibat untuk mengkaji ulang, memonitor dan memperdalam praktek operasi aplikasi

HASIL

Marketing merupakan salah satu tindakan yang bertujuan untuk membantu seseorang untuk memecahkan masalah (Godin, 2018). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Fedianty Augustinah dan Widayati menyatakan adanya hubungan signifikan antara pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap sarana sarana promosi untuk menghasilkan penjualan. Media sosial yang dimanfaatkan sebagai sarana promosi adalah WA, Facebook dan instagram mencapai pengaruh positif sampai 76,4 % (Augustinah & Widayati, Fakultas, Administrasi, & Bisnis, 2019). Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, Sewingbynes juga memanfaatkan sosial media Instagram untuk mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan omzet penjualan, mengingat jumlah pengguna social media di



seluruh dunia adalah 2.7 miliar (Clyne, 2019).

Tercatat setiap kali admin memposting konten produk yang menjual melalui media Instagram, terjadi respon calon pelanggan yang cukup tinggi sampai pada transaksi sehingga dapat menambah pelanggan baru. Sedangkan bagi pelanggan lama yang sudah cocok dan percaya terhadap produknya Sewingbyness selalu terjadi repeat order. Oleh karena itu dengan tersedianya paket template disain konten yang mudah di update, memudahkan pemilik untuk mengemas tampilan dan deskripsi produk yang lebih menarik bagi pelanggan. Disamping media pemasaran tersebut, dalam kegiatan abdimas ini, pemilik diberikan wawasan dan ketrampilan pentingnya menetapkan HPP produk yang lebih modern, sehingga bisa memberikan kesempatan untuk meraih keuntungan yang lebih baik. Aplikasi akuntansi untuk usaha manufaktur seperti Sewingbynes sangat membantu perhitungan HPP yang sebelumnya hanya dibuat secara manual dan global. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan aplikasi-aplikasi ini memberikan peningkatan pemilik dan SDM lainnya mengenai pemanfaatan teknologi informasi untuk membantu dalam proses produksi, keuangan dan pemasaran. Hasil yang dicapai dalam kegiatan abdimas dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan, solusi, deskripsi indikator capaian dan capaian yang dihasilkan

No.	Bidang permasalahan	Permasalahan mitra	Solusi yang ditawarkan	Deskripsi Target Capaian	Indikator Capaian (kuantitas)
	Produksi dan keuangannya	HPP masih konvensional, sehingga keuntungan kurang optimal	Modernisasi sistem penetapan HPP dengan kalkulasi biaya lebih rinci, dan bantuan TI	Pembuatan Database komponen HPP, modul HPP produksi dan pelaporannya	Terpasang paket aplikasi akuntansi manufaktur berbasis excel untuk menghasilkan laporan HPP & laporan keuangan
2	Pemasaran	Terbatas pada media pertemanan (mulut ke mulut) & sosmed Instagram dengan konten standar	Optimalisasi konten Instagram	Perancangan konten Instagram yang menjual	Tersedia paket template disain konten (gambar atau video) yang mudah diremajakan sesuai kebutuhan promosi
3	SDM	Keterbatasan kapasitas dalam penggunaan TI	Sosialisasi, Edukasi dan pelatihan	Pemberdayaan SDM dalam ketrampilan TI dan pelayanan Pelanggan baru atau lama	Tercapainya Peningkatan kemampuan dan ketrampilan dalam menggunakan aplikasi modul produksi dan disain konten intagram



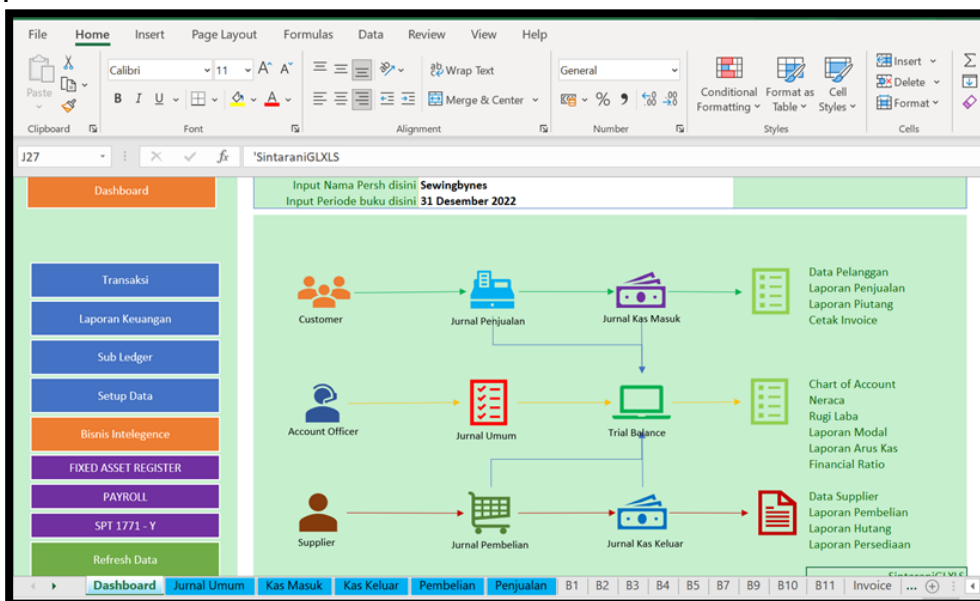
DISKUSI

Pada awalnya Tim Pelaksana Kegiatan pengabdian melakukan koordinasi bersama untuk persiapan pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Kegiatan utama dilakukan secara tatap muka langsung di sekitar tempat area produksi, sebagaimana yang terlihat gambar 2. Pelatihan diperuntukkan terutama bagi pemilik atau staf yang nantinya berperan sebagai admin aplikasi. Pelaksanaan pelatihan secara berkesinambungan yang meliputi, pelatihan aplikasi modul HPP dan Akuntansinya dan pelatihan pembuatan konten instagram.



Gambar 2. Area kegiatan produksi produk Sewingbynes

Materi pelatihan aplikasi modul HPP, mencakup tutorial pembuatan master, transaksi produksi, penentuan HPP, jurnal data produksi dan laporannya. Kegiatan diawali dengan sosialisasi materi proses transaksi akuntansi untuk perusahaan manufaktur seperti Sewingbynes dengan aplikasi SintaraniGLXLS berbasis excel, seperti yang terlihat pada gambar 3.



Gambar 3. Diagram proses transaksi usaha manufaktur

Selanjutnya dilakukan demo praktek langsung oleh pemilik atau staf untuk menggunakan aplikasi dibimbing oleh tim. Pemilik usaha sebelumnya menentukan HPP produknya cukup sederhana dan global. Sebagaimana halnya dalam membuat baju, baik berupa kemeja, blouse, atasan wanita, baju gamis atau piyama tinggal menentukan



komponen biaya bahan kain per meternya, ongkos jahit per satuan dan perkiraan biaya lain-lain sudah cukup. Penerapan aplikasi untuk mengoptimalkan proses perhitungan HPP secara lebih detail dan akurat. Praktek langsung transaksi pembuatan HPP pembuatan baju baik untuk pesanan perorangan atau dalam jumlah yang banyak. Sebagai ilustrasi misalkan dalam menentukan HPP produk atasan wanita, yang sebelumnya diperkirakan secara global dengan komponen : biaya Kain 1,5 meter Rp. 45.000,00, ongkos jahit Rp. 25.000,00 dan biaya lainnya, Rp. 5.000,00.

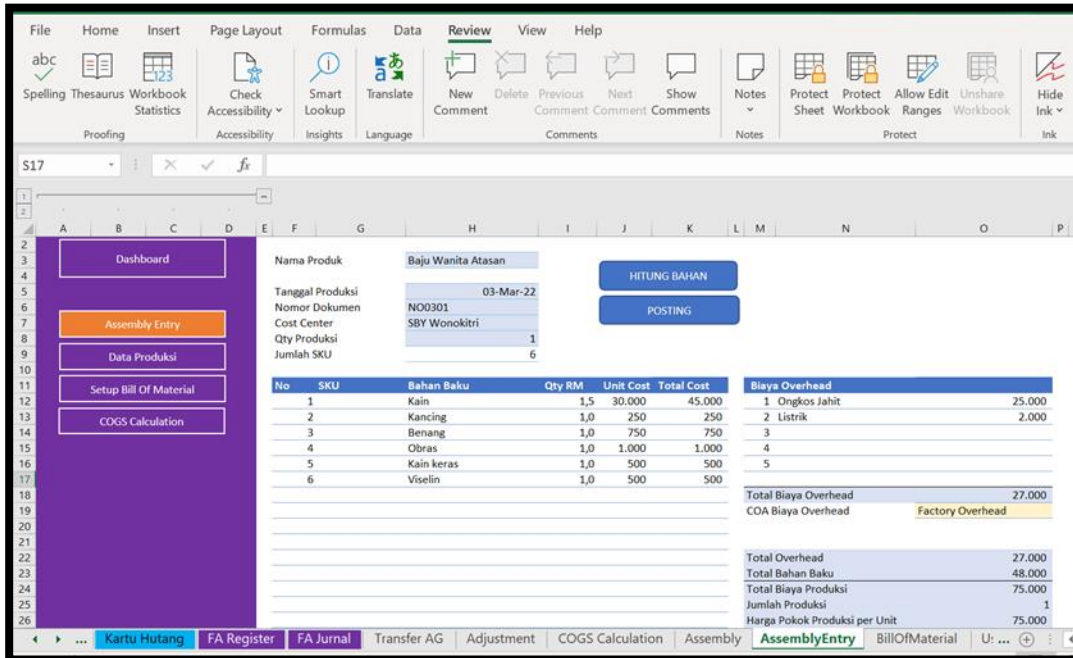
Pemilik bisa mempraktekkannya dengan aplikasi dengan rincian yang lebih detail sekaligus dapat dilanjutnya untuk mempostingnya menjadi data produksi dan laporan terkait. Pelaksanaan tutorial modul ini dapat dilihat pada gambar 4a dan 4b. Hasil tampilan proses modul *Bill Of Material (BOM)* dan *Assembly Entri* HPP baju atasan dapat dilihat pada gambar 5. Selama pelatihan kegiatan interaksi dan diskusi terkait dengan materi dan cara penggunaan modulnya langsung didemokan oleh tim pelaksana dan direspon pihak pengguna. Pengguna diberikan kesempatan mencoba dan bertanya langsung dengan tim untuk menambah pemahaman operasional aplikasi tesebut. Dengan demikian pengguna bisa memahami operasional modulnya dan memecahkan permasalahan yang dihadapi perusahaan, terutama terkait dengan modul perhitungan biaya produksi. Pelatihan tutorial aplikasi diselenggarakan di tempat usaha dalam selang waktu sekitar 3,5 jam.



Gambar 4a. Tutorial update konten Instagram

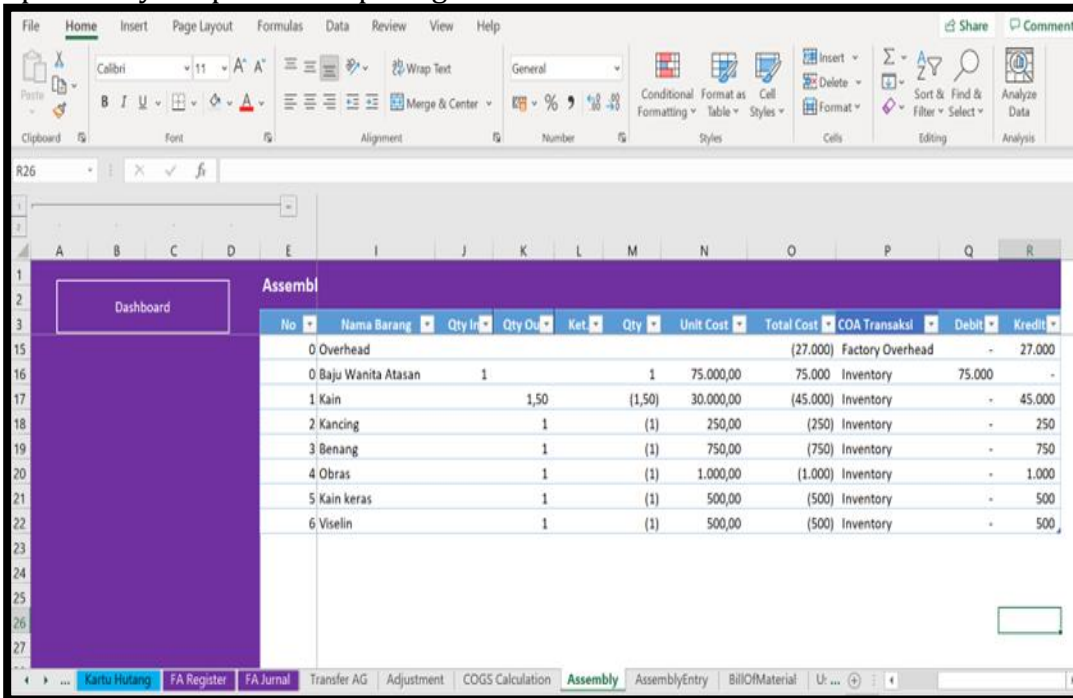


Gambar 4b. Tutorial modul HPP dan jurnal data produksi

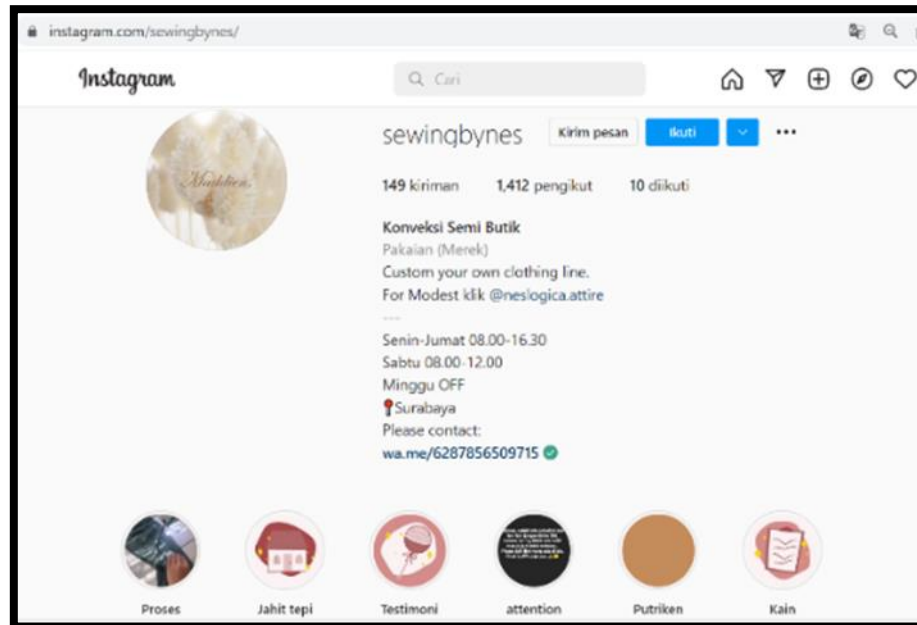


Gambar 4. Modul BOM dan modul assembly Entry produk baju atasan wanita

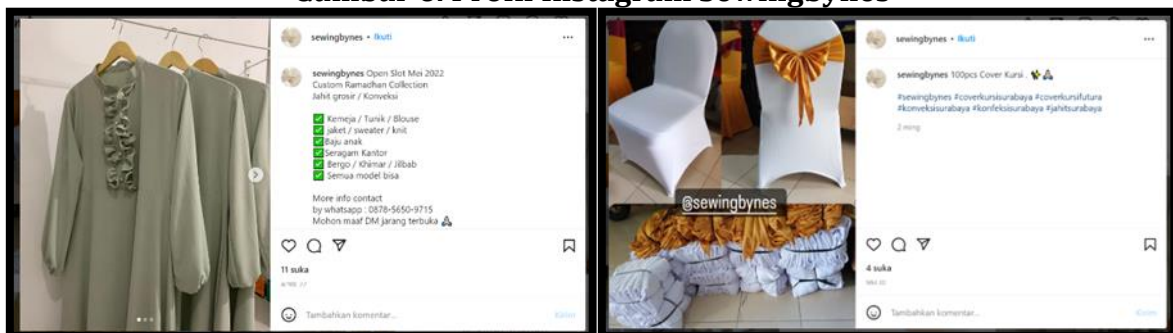
Melalui aplikasi Macro Excel ini, untuk bisnis manufaktur perhitungan HPP menjadi lebih mudah. Disamping dengan sistem yang terintegrasi memudahkan untuk pembuatan jurnal data produksi dan laporan keuangan terkait, sebagaimana gambar 5. Tampilan disain profil Sewingbynes di instagram dapat dilihat pada gambar 6. Sementara hasil posting konten produknya dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 5. Jurnal data produksi



Gambar 6. Profil Instagram Sewingbynes



Gambar 7. Hasil posting disain konten produk Sewingbynes

Tutorial aplikasi yang mendukung kegiatan pemasaran dan produksi serta keuangannya cukup berjalan lancar. Namun demikian aplikasi yang diterapkan belum semua modul di ujitobakan. Seiring dengan kemampuan dan ketrampilan user baik pemilik maupun staf untuk menerapkan program aplikasinya perlu proses adaptasi. Proses pendampingan oleh tim pelaksana masih dapat berjalan secara berkesinambungan disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Selama pelaksanaan berlangsung kebutuhan standar yang diperlukan oleh pengguna untuk mengkalkulasi HPP berbagai varian produk, jurnal produksinya dan pembuatan template konten promosi telah dikenali atau di ujitobakan.

KESIMPULAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat pada IRT Sewingbynes oleh tim dari UWIKA telah memberikan kontribusi yang cukup signifikan. Mengacu pada permasalahan IRT pada umumnya, dalam kegiatan ini tim pelaksana menawarkan solusi pemecahan persoalan pada unit pemasaran, produksi dan keuangannya serta upaya peningkatan kapasitas SDM dalam penggunaan teknologi informasi. Bentuk kegiatan pengabdian meliputi sosialisasi, pelatihan aplikasi sekaligus pendampingannya. Kegiatan pelatihan yang mencakup tutorial aplikasi modul produksi dan optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi. Hasil dari kegiatan sosialisasi dan pelatihan aplikasi ini memberikan kontribusi



berikut; 1) tersedianya paket aplikasi untuk menetapkan HPP dan pelaporannya; 2) tersedianya template sebagai database disain konten promosi yang mudah di remajakan sesuai kebutuhan, 3) peningkatan kapasitas SDM beradaptasi dengan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan proses produksi, pemasaran atau keuangan. Seiring berjalannya waktu peningkatan kemampuan dan ketrampilan pengguna aplikasi akan semakin baik. Praktek baik ini diharapkan dapat memberikan peluang perusahaan untuk meraih keuntungan yang lebih baik kedepannya. Pekerjaan perhitungan komponen biaya aproduksi yang sebelumnya masih dilakukan manual akan terbantu dengan modul aplikasi produksi yang lebih akurat dan otomatis.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Pada kesempatan ini kami sebagai tim pelaksana pengabdian masyarakat UWIKA ang mengucapkan terima kasih terutama kepada pelaku usaha IRT Sewingbynes yang terlibat secara langsung dalam mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Ira Setiawati, Mahmudi, Ida Kristiana.(2019). PKM Usaha Mikro Penjahit Gamis dan Baju Kebaya di Kelurahan Genuksari, Kecamatan Genuk, dan di Kelurahan Patemon Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang, Propinsi Jawa Tengah . Prosiding Seminar Nasional Unimus. Vo. 2, 2019., e-ISSN : 2644- 3168 ; p-ISSN: 2654-3257
- [2] Lilabor, Khoirul.(2016) Strategi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Konveksi di Kota Semarang dalam Pasar Terbuka Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. 2016; 6(1), 229-239. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/14566>
- [3] Pratiwi, D. Oktaviani.(2019). Strategi Pemasaran Produk Fashion secara Online pada Pelanggan Mataharimall.com di Kota Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam [skripsi]. Bengkulu : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri IAIN; 2019.
- [4] Soetjipto, Noer. (2020). Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19. Penerbit K-Media Yogyakarta, 2020. p. 50-51.
- [5] Augustinah, F. dan Widayati. (2019). Fakultas, Administrasi, I., & Bisnis, A. PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI MAKANAN RINGAN KRIPIK SINGKONG DI KABUPATEN SAMPANG. Malang.
- [6] Clyne, G. (2019). Social Media Marketing. Charlie Piper.
- [7] Godin, S. (2018). This is Marketing - Seth Godin (1st ed.). Portfolio Penguin.