



Article info : *Received*: Maret 2023 ; *Revised* : April 2024 ; *Accepted*: Mei 2024

Pelatihan Optimalisasi Media Sosial untuk Pengusaha UMKM

Rizky Cahyani¹; Asriati²; Fitria³; Yansend Matalin⁴; Sewaka⁵; Hamsinah⁶; Udin Ahidin⁷

¹⁻⁷Universitas Pamulang, Email : rizkycahyani@iptrisakti.ac.id¹; asrimarsito@gmail.com²; fitrialfadri@yahoo.co.id³; Jansend.matalin@gmail.com⁴

Abstrak. Penelitian ini memberikan pengetahuan praktis dalam manajemen pemasaran produk melalui media sosial, yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan anggota UMKM binaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, penyampaian materi langsung, serta simulasi dan diskusi tentang manajemen pemasaran produk UMKM. Hasil pengabdian menunjukkan pentingnya dilakukannya pendampingan lanjutan terhadap pengembangan kemampuan anggota UMKM melalui pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi. Disarankan untuk menyelenggarakan kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya dengan fokus pada pembentukan kelompok-kelompok anggota UMKM dan pelatihan intensif dalam pemanfaatan media sosial, guna mendukung terwujudnya UMKM yang sejahtera dan mandiri.

Kata Kunci: Media Sosial, Pemasaran, UMKM

Abstract. This research provides practical knowledge in product marketing management via social media, which is expected to improve the welfare of members of the MSMEs assisted by them. The research methods are surveys, direct material delivery, simulations, and discussions about MSME product marketing management. The results of the service show the importance of providing further assistance to develop the abilities of MSME members through training on the use of social media as a promotional tool. It is recommended to organize the next community service activities with a focus on forming groups of MSME members and intensive training in the use of social media to support the realization of prosperous and independent MSMEs.

Keyword: Social Media, Marketing, MSMEs

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, dunia bisnis dan ekonomi menghadapi tantangan besar yang tidak dapat dihindari. Perkembangan teknologi menjadi salah satu aspek yang sangat signifikan. Meskipun merupakan tantangan, kemajuan teknologi sebenarnya membawa peluang besar bagi dunia bisnis. Pemanfaatan teknologi modern dapat digunakan untuk meningkatkan keterpaparan produk kepada konsumen secara lebih cepat dan efisien di pasar global. Pemasaran memegang peranan penting dalam kesuksesan bisnis. Manajemen pemasaran, sebagai cabang ilmu yang terus berkembang, menjadi kunci dalam menjalankan bisnis dengan baik. Menurut Sudarsono (2020), pemasaran adalah serangkaian kegiatan manajerial yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar produk atau jasa yang memiliki nilai. Selain itu, Kotler dan Keller (2009) menjelaskan bahwa manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu dalam memilih pasar target, mempertahankan, serta meningkatkan jumlah dan kepuasan pelanggan dengan menyampaikan nilai yang unggul.

Astuti (2020) mengemukakan bahwa manajemen pemasaran memperlihatkan perbedaan dalam konsep antara penjualan dan pemasaran, di antaranya: 1. Penjualan menekankan kebutuhan penjual, sementara pemasaran memusatkan perhatian pada kebutuhan pembeli. 2. Penjualan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan penjual dengan menjadikan produknya sebagai uang tunai, sedangkan pemasaran bertujuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan melalui produk dan barang-barang yang dihubungkan dengan proses menciptakan, menyampaikan, dan mengonsumsinya. Manajemen pemasaran dijelaskan sebagai aktivitas sosial dan pengaturan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan untuk mencapai keberhasilan melalui produksi barang dan pertukaran dengan pihak lain.

Pengenalan konsep manajemen pemasaran menjadi suatu kebutuhan penting bagi anggota binaan SMK yang berencana untuk memulai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) setelah menyelesaikan pendidikan di SMK. Oleh karena itu, sangatlah krusial bagi anggota binaan untuk memahami prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran sejak dini. Namun, masih banyak anggota binaan yang belum menyadari betapa pentingnya manajemen pemasaran dalam konteks bisnis saat ini. Saat ini, para pemasar memiliki kemampuan untuk mencapai konsumen secara global, berinteraksi dalam waktu nyata, dan mengadakan komunikasi dua arah. Pertumbuhan e-commerce yang pesat juga menjadi aspek yang sangat relevan untuk dipelajari oleh anggota binaan yang memiliki keahlian di bidang pemasaran, mengingat keterkaitannya dengan kemampuan menerapkan keahlian setelah lulus, sehingga mereka dapat bersaing dan diterima oleh dunia bisnis di era digital.

Untuk mengatasi kondisi tersebut, peran SMK sangatlah penting dalam menyediakan lulusan yang tidak hanya memiliki pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis dalam bidang manajemen pemasaran. SMK harus mampu memberikan pelatihan yang komprehensif tentang konsep-konsep dasar manajemen pemasaran serta aplikasinya dalam konteks bisnis modern. Selain itu, penting bagi SMK untuk mengintegrasikan pelatihan tentang pemanfaatan media sosial dan e-commerce dalam kurikulumnya, sehingga anggota binaan dapat memahami dan menguasai alat-alat tersebut untuk keperluan pemasaran produk atau jasa UMKM.

Melalui pendekatan pembelajaran yang aktif dan praktis, kami bertujuan agar para anggota binaan dapat mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk memasarkan produk atau jasa UMKM dengan efektif, tidak hanya dalam skala lokal tetapi juga dalam lingkup global. Pelatihan dalam bidang digital marketing yang kami sediakan tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga mengajarkan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam konteks bisnis dunia nyata.

Pendekatan yang terfokus pada digital marketing, dapat memberikan dorongan yang signifikan bagi para anggota binaan untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan mereka sendiri setelah lulus. Dengan memahami dan mampu memanfaatkan berbagai strategi pemasaran digital, mereka akan memiliki bekal yang cukup untuk memulai dan mengelola bisnis mereka sendiri, baik secara online maupun offline.

Dengan demikian, SMK memiliki peran yang sangat penting sebagai motor penggerak dalam mempersiapkan generasi muda untuk menghadapi persaingan bisnis di era digital yang semakin kompleks dan dinamis. Melalui pendekatan yang komprehensif dan berorientasi pada praktik, kami berharap dapat melahirkan para lulusan yang tidak hanya kompeten dalam bidang digital marketing, tetapi juga siap untuk menjadi pemimpin bisnis masa depan yang sukses dan berinovasi.

Digital marketing menjadi salah satu strategi yang paling umum digunakan oleh berbagai perusahaan dalam melakukan promosi di era digital saat ini. Digital marketing merupakan kegiatan dibidang pemasaran yang memanfaatkan platform yang ada di internet dalam menjangkau para target konsumen, selain itu digital marketing diartikan sebagai pemasaran produk atau jasa melalui internet atau disebut dengan pemasaran-i, web marketing, online marketing, e-marketing, atau e-commerce (Hermawan, 2012). Dengan fitur penunjang yang kuat seperti marketplace dan media sosial, digital marketing menjadi semakin efektif. Namun, masih banyak siswa yang belum menyadari pentingnya digital marketing dalam dunia bisnis saat ini. Mereka belum memahami bagaimana marketplace beroperasi, kurang memiliki pengetahuan tentang kreativitas dan inovasi dalam marketplace, serta belum sepenuhnya memahami bahwa melalui marketplace, peluang pemasaran menjadi sangat luas. Pemasar saat ini memiliki kemampuan untuk melibatkan konsumen dalam skala global, berinteraksi dalam waktu nyata, dan menjalankan komunikasi dua arah. Pertumbuhan e-commerce yang pesat juga menjadi hal yang sangat penting untuk dipahami oleh siswa bidang keahlian pemasaran, karena ini berhubungan dengan kemampuan menerapkan keahlian setelah mereka lulus, agar dapat bersaing dan diterima di dunia bisnis di era digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka pengabdian kepada masyarakat yang diusulkan adalah pembekalan tentang Pelatihan Optimalisasi Media Sosial untuk Produk SMKN 1 Pacet, Cianjur. Dengan demikian, diharapkan para anggota dapat lebih aktif, kreatif, dan efektif dalam mempromosikan produk sekolah, yang pada akhirnya dapat berkontribusi positif terhadap citra dan keberlanjutan sekolah di tengah persaingan pendidikan yang semakin ketat.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Dalam pengabdian masyarakat pada anggota Sekolah Pencetak Wirausaha binaan SMK Negeri 1 Pacet Cianjur melalui 3 tahapan, yaitu 1) tahap perencanaan dan persiapan 2) tahap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat 3) tahap evaluasi dan pelaporan pengabdian kepada masyarakat.

Tahap Perencanaan dan Persiapan

Tahap persiapan untuk kegiatan ini mencakup beberapa langkah penting. Pertama, dilakukan survei awal di lokasi yang ditentukan, yakni di Jalan Hanjawar nomor 25, Cibodas, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Survei ini bertujuan untuk memahami kondisi dan karakteristik lingkungan sekitar yang akan menjadi tempat pelaksanaan kegiatan. Setelah itu, dilakukan observasi untuk menentukan pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan. Langkah selanjutnya adalah rapat koordinasi tim, di mana dilakukan pembagian tugas, penyusunan jadwal pelaksanaan dari tahap persiapan hingga evaluasi, serta penyusunan laporan kegiatan. Rapat ini penting untuk memastikan semua anggota tim memahami peran dan tanggung jawab masing-

masing serta menjaga agar kegiatan berjalan sesuai rencana dan tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan temuan tersebut, pendekatan pemasaran yang diterapkan oleh para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha di SMK Negeri 1 Pacet Cianjur dalam rangka pelatihan optimalisasi media sosial. Dalam pemasaran modern, kemampuan dalam membangun merek (*branding*) yang kuat merupakan hal yang sangat penting. Oleh karena itu, kami memilih untuk mengangkat tema *branding* sebagai bagian dari upaya meningkatkan keterampilan kewirausahaan para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha di SMK Negeri 1 Pacet Cianjur.

Dalam konteks ini, akan digali lebih dalam konsep dan praktik *branding*, serta bagaimana menerapkan strategi *branding* yang efektif dalam konteks penggunaan media sosial. Materi pelatihan akan mencakup aspek-aspek penting dalam membangun merek yang kuat, seperti pengenalan merek, penentuan identitas merek, pengembangan pesan merek, dan strategi komunikasi merek.

Dengan memahami pentingnya *branding* dalam pemasaran, diharapkan para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha dapat mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana memposisikan dan memperkuat merek mereka di pasar. Hal ini akan memberikan mereka keunggulan kompetitif yang lebih besar, serta memungkinkan mereka untuk meraih kesuksesan yang lebih besar dalam berwirausaha di era digital saat ini.

Tahap Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program PKM ini sangat kooperatif dengan memberikan izin kepada tim untuk melaksanakan pengabdian, memberikan informasi atau data yang diperlukan, serta menyusun rencana kegiatan pelatihan/pendampingan untuk pengembangan sarana prasarana yang diperlukan oleh anggota UMKM yang dibina oleh SMK Negeri 1 Pacet Cianjur. Realisasi penyelesaian masalah dalam Pengabdian Kepada Masyarakat di Jalan Hanjawar nomor 25, Cibodas, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat ini menghasilkan beberapa hal yang dapat dilakukan oleh para mahasiswa dan dosen pasca-sarjana, antara lain:

1. Mengedukasi anggota binaan SMKN 1 Pacet Cianjur dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi.
2. Memberikan pemahaman terkait kesiapan mental anggota binaan dalam pemasaran produk.
3. Menyediakan pemahaman dan keterampilan kepada anggota binaan SMKN 1 Pacet Cianjur dalam menggunakan berbagai platform media sosial sebagai alat promosi yang efektif.
4. Memberikan informasi tentang tren terbaru dan perubahan dalam platform media sosial, sehingga anggota binaan dapat tetap terkini dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.
5. Menanamkan pola pikir dan kesadaran kepada anggota binaan dalam meningkatkan mutu generasi penerus bangsa. Dan diberikan kesempatan kepada anggota Sekolah Pencetak Wirausaha yang hadir untuk bertanya terkait materi yang diberikan.

Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan penilaian yang dilakukan setelah serangkaian kegiatan dilaksanakan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Evaluasi ini dapat berupa identifikasi area yang perlu diperbaiki atau memberikan saran untuk meningkatkan pelaksanaan kegiatan di masa mendatang. Selain itu, hasil evaluasi juga dapat menjadi pertimbangan untuk menjadikan kegiatan tersebut sebagai binaan kampus yang berkelanjutan. Adapun Tempat, Sasaran dan Waktu Pelaksanaan Kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat Kegiatan : SMK Negeri 1 Pacet Cianjur
Sasaran Kegiatan : Anggota UMKM Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW)
Hari/Tanggal : Kamis, 1 Februari 2024
Jam 13.00 s/d 16.00 WIB

HASIL DAN DISKUSI

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan peningkatan kemampuan anggota UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi bagi produk-produk UMKM mereka. Melalui pelatihan ini, anggota UMKM yang dibina oleh SMKN 1 Pacet Cianjur dapat memperoleh pemahaman tentang konsep dasar dalam pemasaran melalui media sosial, seperti menciptakan konten yang menarik, menggunakan hashtag yang tepat, dan mengevaluasi keberhasilan kampanye promosi.

Selain memberikan pemahaman tentang konsep-konsep dasar dalam pemasaran melalui media sosial, pelatihan ini juga bertujuan untuk merangsang kreativitas dan inovasi di kalangan anggota Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Para peserta diajarkan untuk memanfaatkan secara optimal fitur-fitur yang tersedia di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, dengan tujuan meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk-produk UMKM yang mereka tawarkan.

Dalam pelatihan ini, anggota UMKM didorong untuk berpikir kreatif dalam menyajikan produk mereka kepada pasar. Mereka diajak untuk mengidentifikasi keunikan produk mereka dan cara-cara untuk menonjolkan hal tersebut melalui konten yang menarik dan berbeda. Selain itu, mereka juga diajarkan untuk menggunakan fitur-fitur kreatif yang disediakan oleh platform media sosial, seperti stories, live streaming, dan fitur-fitur interaktif lainnya, untuk memperkuat koneksi dengan audiens dan memperluas jangkauan pemasaran mereka.

Dengan mendorong kreativitas dan inovasi dalam pemanfaatan media sosial, diharapkan para anggota UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Mereka juga diharapkan dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menarik dan menarik bagi pelanggan mereka, sehingga memperkuat hubungan bisnis jangka panjang dan meningkatkan kesuksesan bisnis mereka secara keseluruhan.



Gambar 1 Produk UMKM

Para siswa di kelas ini diberikan pelatihan yang mendalam tentang konsep-konsep dalam ilmu digital marketing. Penjelasan yang diberikan bertujuan untuk memberikan pemahaman yang kokoh kepada mereka, sehingga informasi yang diperoleh dapat dijadikan referensi yang berharga dalam mengaplikasikan ilmu yang mereka pelajari di tingkat SMK. Materi pelatihan mencakup konsep-konsep sederhana namun penting dalam dunia digital marketing, yang melalui penerapan teknologi, mampu menjadi solusi yang sangat efektif dan bermanfaat.

Dalam pelatihan ini, siswa didorong untuk memahami secara mendalam konsep-konsep dasar dalam digital marketing, seperti strategi pemasaran online, penggunaan media sosial untuk promosi, analisis data konsumen, dan teknik optimasi mesin pencari (SEO). Penekanan diberikan pada cara-cara inovatif di mana teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran dan mencapai tujuan bisnis.

Dengan memahami konsep-konsep ini, diharapkan para siswa akan dapat mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan untuk menjadi praktisi digital marketing yang kompeten di masa depan. Mereka juga diharapkan dapat mengenali potensi dan peluang yang ada dalam penerapan teknologi dalam dunia pemasaran, sehingga dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam lingkungan bisnis yang semakin terhubung secara digital.



Gambar 2 Sesi Pemaparan Materi

Setelah pemaparan materi selesai, dilanjutkan dengan sesi diskusi interaktif yang bertujuan untuk mengukur pemahaman siswa terhadap materi yang telah disampaikan. Siswa dari SMK didorong untuk aktif berpartisipasi dalam sesi ini, dengan kesempatan untuk mendapatkan hadiah jika mereka dapat menjawab pertanyaan dengan benar. Sesi tanya jawab ini dipandu oleh pemateri, dan terlihat bahwa siswa dari SMKN 1 Pacet, Cianjur menunjukkan tingkat antusiasme dan minat yang tinggi terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh pemateri.

Partisipasi siswa dalam diskusi ini menjadi sangat penting karena memungkinkan mereka untuk menguji pemahaman mereka tentang materi yang telah dipelajari sekaligus memperoleh umpan balik langsung dari pemateri. Dengan demikian, siswa memiliki kesempatan untuk meningkatkan pemahaman mereka melalui diskusi aktif dan berbagi pengetahuan dengan teman-teman sekelas.

Sesi diskusi interaktif ini tidak hanya menjadi momen untuk menguji pengetahuan siswa, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat keterlibatan mereka dalam proses pembelajaran. Melalui kesempatan untuk berpartisipasi aktif dan mendapatkan pengakuan atas kontribusi mereka, siswa didorong untuk lebih termotivasi dalam menyerap materi pembelajaran dan mengembangkan keterampilan mereka secara holistik.



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab

Dampak dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sangat signifikan dalam meningkatkan kapasitas para anggota Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat promosi untuk produk-produk mereka. Melalui program pelatihan ini, anggota UMKM yang tergabung dalam binaan SMKN 1 Pacet Cianjur telah berhasil mengasah pemahaman mereka tentang konsep dasar pemasaran melalui media sosial.

Pelatihan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai strategi efektif dalam memanfaatkan media sosial, seperti mengembangkan konten yang menarik, menggunakan hashtag yang relevan dan efektif, serta melakukan evaluasi terhadap keberhasilan kampanye promosi yang mereka luncurkan.

Dengan demikian, para anggota UMKM yang mengikuti pelatihan ini dapat secara lebih efisien memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan visibilitas produk, dan pada akhirnya, meningkatkan penjualan mereka secara keseluruhan. Hal ini tidak hanya memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM secara individual, tetapi juga berpotensi memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal secara lebih luas.

Meningkatkan kemampuan anggota UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi memegang peranan penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar yang semakin ketat. Dengan memanfaatkan media sosial, UMKM memiliki peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa perlu mengeluarkan biaya promosi yang besar. Pelatihan ini juga memberikan dampak positif bagi siswa SMKN 1 Pacet Cianjur yang terlibat sebagai fasilitator dalam kegiatan ini. Mereka dapat mengembangkan keterampilan komunikasi, kepemimpinan, dan adaptasi terhadap berbagai situasi yang mungkin terjadi selama pelatihan. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dianggap berhasil karena memberikan manfaat yang konkret bagi anggota UMKM binaan SMKN 1 Pacet Cianjur. Harapannya, kegiatan serupa dapat terus dilakukan di masa depan untuk terus mendukung pengembangan UMKM di daerah tersebut. Manfaat tersebut meliputi pemahaman tentang dampak positif dan negatif penggunaan media sosial, motivasi untuk menciptakan karya berbasis teknologi informasi, dan dorongan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi setelah menyelesaikan sekolah. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi agenda reguler yang memfasilitasi interaksi antar lembaga pendidikan. Sesi sosialisasi ditutup dengan pembagian makanan dan dokumentasi acara.



Gambar 4. Foto Bersama

KESIMPULAN

Berdasarkan keberhasilan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang telah terlaksana, diperlukan langkah lebih lanjut untuk memperkuat upaya pengembangan kemampuan anggota Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat Lanjutan. Tujuan utamanya adalah untuk terus mendampingi dan meningkatkan kapasitas para anggota UMKM yang menjadi binaan SMKN 1 Pacet Cianjur dalam pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi untuk produk-produk mereka.

Dalam rangkaian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berikutnya, disarankan untuk meningkatkan intensitas pendampingan atau bahkan membentuk kelompok-kelompok anggota UMKM. Hal ini terutama penting dalam konteks Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Promosi. Tujuannya adalah untuk menciptakan lingkungan yang mendukung, memfasilitasi pertukaran pengetahuan antar sesama anggota UMKM, dan memperkuat keterlibatan mereka dalam memanfaatkan media sosial secara optimal.

Dengan pendekatan ini, diharapkan bahwa UMKM yang menjadi binaan dapat mengalami peningkatan kesejahteraan dan kemandirian yang signifikan. Melalui kolaborasi yang lebih erat dan pendampingan yang lebih intensif, diharapkan mereka dapat meraih kesuksesan yang lebih besar dalam mengembangkan bisnis mereka melalui pemanfaatan media sosial sebagai salah satu alat promosi yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Ainiyah, N. (2018). Remaja Millennial Dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2).

Apriansyah, & Antoni, D. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Sumsel. *Jurnal Digital Teknologi Informasi*, 1(2).

- Astuti, M., dan A. R. . (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. CV. Budi Utama.
- Chaffey, D. (2015). Digital Business and E Commerce Management (6th ed.). Pearson Education.
- Dunakhe, K., & Panse, C. (2021). Impact of digital marketing – a bibliometric review. International Journal of Innovation Science. <https://doi.org/10.1108/IJIS-11-%0A2020-0263%0D>
- Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran. Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). Marketing management. . New Hall. (13th ed.). Pearson Prentice.
- Sudarsono, H. (2020). Buku Ajar: Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi.