

Pendampingan Program Strategi Digital Marketing dan Pengelolaan SDM Pada Bisnis “Mie Lethek Cap Garuda”



Witnes Disnari Putriana^{*1}, Anis Dyah Pramesti², Febina Br Bukit³, Isti Nurul Hidayah⁴, Dwi Agus Sulis Setiowati⁵, Ayu Romauli Octisa⁶, Dwina Elvrida E Sianipar⁷, Nawal Fachkri⁸, Veronika Angel Hera Novita⁹, Rila Setyaningsih¹⁰

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

disnariwitnes@gmail.com^{*1}, anisdyahpramesti1003@gmail.com², febinabukit@gmail.com³, istinurulh7@gmail.com⁴, setyowatis842@gmail.com⁵, ayuromaulio31@gmail.com⁶, dwinasianipar716@gmail.com⁷, nawalfachkry@gmail.com⁸, veronicangel09@gmail.com⁹, rila.s@mercubuanayogya.ac.id¹⁰

Submission	2024-05-14
Review	2024-06-20
Publication	2024-06-30

ABSTRACT

The digital era brings challenges and opportunities for businesses, especially MSMEs such as "Mie Lethek Cap Garuda". The main problems faced by MSMEs are related to marketing and access to market information. The digital marketing strategy and human resource management assistance program is carried out to help MSMEs overcome this problem. The program was carried out for one day involving 6 employees and owners of the Lethek Noodle factory. Activities include logo rebranding, digital marketing socialization through Instagram, and Instagram media account creation. The Community Development method is used to analyze the needs of partners and provide solutions. The mentoring program provides digital marketing training to Mie Lethek owners and employees, as well as logo updates. The purpose of this program is to increase the visibility and competitiveness of MSMEs through the implementation of digital marketing. It is hoped that this program can help Mie Lethek develop more widely both at home and abroad.

Keywords: Program Assistance, Digital Marketing, Human Resource Management

ABSTRAK

Era digital membawa tantangan dan peluang bagi bisnis, terutama UMKM seperti "Mie Lethek Cap Garuda". Masalah utama yang dihadapi UMKM adalah terkait dengan pemasaran dan akses informasi pasar. Program pendampingan strategi digital marketing dan pengelolaan SDM dilakukan untuk membantu UMKM mengatasi masalah ini. Program dilakukan selama satu hari dengan melibatkan 6 karyawan dan pemilik pabrik Mie Lethek. Kegiatan meliputi rebranding logo, sosialisasi digital marketing melalui Instagram, dan pembuatan akun media Instagram. Metode Community Development digunakan untuk menganalisis kebutuhan mitra dan memberikan solusi.

Program pendampingan memberikan pelatihan digital marketing kepada pemilik dan karyawan Mie Lethek, serta pembaruan logo. Tujuan program ini adalah meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM melalui implementasi digital marketing. Diharapkan program ini dapat membantu Mie Lethek berkembang lebih luas baik di dalam maupun di luar negeri.

Kata Kunci: *Pendampingan Program; Digital Marketing; Pengelolaan SDM*

PENDAHULUAN

Perkembangan era digital saat ini memiliki banyak peluang dan juga menjadi tantangan bisnis bagi para perusahaan atau pemilik bisnis. Era digital menjadikan pemilik bisnis harus mengoptimalkan penggunaan teknologi digital sebagai kepentingan bisnis. Menurut Hadiyati (dalam Wardhana 2015) mengungkapkan bahwa berdasarkan survei dari BPS terdapat berbagai kelemahan dan permasalahan yang dihadapi UMKM berdasarkan dengan prioritasnya, yaitu: (a) modal yang kurang, (b) terjadinya kesulitan terkait pemasaran, (c) ketatnya persaingan usaha, (d) kesulitan dalam bahan baku, (e) kurang teknis produksi dan keahlian, (f) kurangnya keterampilan manajerial (SDM), dan (g) kurangnya pengetahuan terkait dengan masalah manajemen khususnya terkait dengan bidang keuangan dan akuntansi. Masalah mendasar yang juga dihadapi oleh pengusaha kecil yaitu pemasaran, dimana permasalahan tersebut terfokus dalam tiga hal: (1) masalah persaingan pasar dan produk, (2) masalah akses terhadap informasi pasar, dan (3) masalah kelembagaan pendukung usaha kecil.

Digital Marketing memiliki peran yang krusial dalam mengembangkan produk dan meningkatkan daya saing dalam dunia bisnis. Digital marketing yaitu suatu kegiatan pemasaran atau promosi yang memanfaatkan teknologi media digital berbasis internet sebagai medianya dalam berkomunikasi antara perusahaan dengan publik (Hasan & Jesseline, 2024). Dalam digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu untuk lebih memudahkan hubungan atau interaksi antara produsen, perantara, dan calon konsumen. Seiring dengan perkembangan teknologi, praktik pemasaran mengalami metamorfosis yang sebelumnya bersifat manual menjadi digitalisasi (Musnaini, Suherman, dkk., 2020). Media sosial merupakan alat digitalisasi yang memiliki peran penting dalam pengembangan bisnis di era teknologi. Media sosial merupakan suatu media komunikasi dimana para pengguna dapat saling bertukar pesan dan informasi dengan berbasis internet. Media sosial tidak mempunyai batasan dalam suatu negara, ras, kelas ekonomi, ideologi, atau faktor pendorong lain yang menjadi hambatan dalam pertukaran pesan dan informasi (Aprianto, 2021). Saat ini, banyak perusahaan atau pelaku bisnis yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana atau alat mempromosikan produk mereka agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Media sosial memungkinkan perusahaan atau pelaku bisnis untuk memperkenalkan produk serta layanan mereka dengan biaya yang lebih minim dibanding metode pemasaran tradisional.

Pelaku bisnis yang melakukan pengembangan *e-commerce* nya melalui online atau media sosial, biasanya cenderung akan menikmati suatu keuntungan bisnis yang signifikan dari segi pendapatan, inovasi, kesempatan kerja, dan daya saing, namun dalam kenyataannya masih banyak pelaku bisnis terutama UMKM yang belum mengimplementasikan teknologi informasi khususnya dalam penggunaan media digital, dan masih banyak yang belum mengerti terkait dengan akan seberapa besarnya manfaat dan peranan dalam menggunakan media digital untuk usaha bisnis. Manfaat

dari penggunaan media digital pada bisnis UKM maupun UMKM yaitu 50,2% akses ke pelanggan baru di Indonesia, 35,5% adanya peningkatan dalam penjualan dan pendapatan, 33,7% akses pasar luar negeri, 22,7% adanya kemudahan transaksi dengan pelanggan dan pemasok, dan 11,2% biaya periklanan atau pemasaran per penjualan yang lebih murah (Marketing dalam Wardhana 2018).

Dalam digital marketing, media yang sering digunakan yaitu media sosial Instagram. Dimana dalam media sosial Instagram ini terdapat fitur akun bisnis yang dapat memudahkan pelaku bisnis dalam pembuatan profil bisnis di Instagram dan menjalankan secara optimal kegiatan atau aktivitas berbisnis melalui media sosial instagram tersebut. Dengan menggunakan fitur tersebut, maka perusahaan dari berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, mendapatkan wawasan terkait pengikut dan postingan, serta mempromosikan kiriman untuk dapat mendorong tujuan bisnis.

Dari hal tersebut maka digitalisasi Marketing dengan pemanfaatan teknologi sangat perlu diimplementasikan pada pengembangan entitas bisnis skala mikro UMKM "Mie Lethek" yang berada di Bantul, Yogyakarta melalui media sosial seperti Instagram. Pabrik Mie Lethek Asli Bendo Cap Garuda sendiri merupakan bisnis turun temurun yang dimulai sejak tahun 1940. Mie Lethek Asli Bendo Cap Garuda merupakan salah satu produk unggulan kuliner khas lokal daerah Yogyakarta. Dalam sistem pemasaran, pabrik Mie Lethek Asli Bendo Cap Garuda masih menggunakan sistem kekeluargaan dengan cara bersilaturahmi dan menyapa. Dalam pemasaran, UMKM Mie Lethek Asli Bendo Cap Garuda tidak menggunakan media sebagai tempat melakukan promosi dan pemasaran. Saat ini dengan perkembangan teknologi, berbagai kegiatan bisnis dari skala kecil hingga besar memanfaatkan perkembangan sebagai cara untuk melanjutkan usaha. Akan tetapi, UMKM ini belum menggunakan perkembangan teknologi seperti sosial media sebagai cara untuk melanjutkan usaha dan melakukan pemasaran. Dalam era teknologi, strategi pemasaran yang efektif akan dapat meningkatkan penjualan apabila dilakukan melalui promosi, *advertising*, distribusi pelayanan kepada konsumen, dan pengemasan yang menarik (Asis et al., 2020). Tidak hanya itu, digitalisasi dalam era teknologi memberikan berbagai kemudahan bagi para pelaku bisnis yang mampu memenuhi kebutuhan informasi dunia bisnis dengan sangat cepat, tepat waktu, akurat, dan relevan (Sanjaya et al., 2019).

Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan digital marketing. Dimana program pengabdian masyarakat ini merupakan salah satu pengimplementasian Tri Dharma perguruan tinggi, dengan tujuan untuk menerapkan berbagai hasil Iptek untuk pemberdayaan masyarakat, yang mana agar menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dari kelompok atau mitra sasaran. Program pengabdian masyarakat pada UMKM Mie Lethek sendiri yaitu antara lain seperti pembuatan akun media sosial, pembuatan konten, pengelolaan akun serta pemasaran, dan melakukan evaluasi perbaikan guna meninjau hasil yang diperoleh. Dengan melakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan UMKM Mie Lethek Asli Bendo Cap Garuda dapat semakin dikenal dan berkembang sesuai yang diharapkan sebelumnya.

METODE

Strategi yang digunakan dalam menganalisis serta mengidentifikasi permasalahan mitra untuk mencapai situasi yang diharapkan adalah metode *Community Development*. *Community Development* merupakan suatu metode yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi dan memperbaiki kualitas

hidup di dalam komunitas dengan meningkatkan kapasitas, keterlibatan, dan kesejahteraan anggotanya. Dalam penerapannya, metode *Community Development* melibatkan adanya perencanaan dan pelaksanaan program pendampingan untuk mengatasi kebutuhan atau peluang di komunitas dengan beberapa tahapan yang dilakukan untuk menganalisis kebutuhan dari mitra terkait. Strategi ini berhubungan dengan rancangan, implementasi kegiatan, maupun gagasan untuk menangani kebutuhan dari komunitas.

Pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan *Community Development* merupakan sebuah pendekatan yang menjadikan potensi sebagai kekuatan dalam pengembangan sebuah masyarakat. Melalui pendekatan pengembangan masyarakat berbasis *Asset Community Development* ini secara berkelanjutan dapat membentuk kemandirian masyarakat dalam meningkatkan pendapatan sehingga meningkatkan pula kesejahteraannya. Kepemilikan aset yang diuji adalah SDM, Institusi, asosiasi dan organisasi, Fisik, Sumber Daya Alam, Finansial/*Economic Opportunity*, Sosial. Pengembangan metode *Community Development* yang berkelanjutan nantinya akan membentuk masyarakat yang mandiri dalam hal pendapatan sehingga berdampak pula pada peningkatan kesejahteraan komunitas.

Subjek pada kegiatan pemberdayaan masyarakat ini adalah Pak Fery selaku owner dari pabrik Mie Lethek dan para karyawannya. Pabrik Mie Lethek berlokasi di Bendo, RT. 101, Trimurti Srandakan, Sawahan, Trimurti, Bantul, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Keterlibatan mitra pada ada saat pelaksanaan kegiatan pemberdayaan ini, diantaranya yaitu berperan sebagai penyedia tempat dan sumber daya manusia dalam penyelenggaraan program pendampingan. Mitra juga berperan dalam membantu menganalisis perumusan masalah, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program, hingga evaluasi keberhasilan terhadap program pendampingan yang telah dilakukan. Kami saling bekerja sama dengan owner pabrik Mie Lethek dan para karyawan dalam melakukan kegiatan, mulai dari proses perizinan perencanaan, serta pelaksanaan pemberdayaan.

Tahap awal yang kami lakukan pada proses penerapan program pendampingan adalah menganalisis kebutuhan dari pihak pabrik mie lethek. Pertama kami melakukan identifikasi UMKM "Mie Lethek" yang berlokasi di Bantul, Yogyakarta untuk meninjau metode promosi yang telah digunakan oleh UMKM tersebut. Kedua, kami mengidentifikasi kelemahan serta kendala yang dialami dalam melakukan metode promosi tradisional yang digunakan. Ketiga, kami menentukan bahwa penggunaan digital marketing menjadi kebutuhan yang penting sebagai solusi dari permasalahan yang terjadi pada mitra yaitu pabrik Mie Lethek. Kemudian untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada mitra, kami memberikan pemberdayaan berupa program pendampingan sebagai solusi seperti adanya program pelatihan digital marketing kepada owner Mie Lethek maupun para karyawan. Tidak hanya itu, kami juga memberikan program pendampingan berupa pembaruan logo atas keluhan yang disampaikan oleh owner. Pada tahap ini, kami membuat beberapa contoh logo Mie Lethek yang kemudian ditunjukkan kepada Pak Fery selaku owner. Kami juga memberi tahu tentang beberapa aplikasi desain yang dapat mempermudah dalam pembuatan logo. Setelah itu kami mendampingi mitra untuk membuat atau mengedit logo tersebut.

Program pemberdayaan yang kedua yaitu monitoring dalam pembuatan konten di instagram sebagai bentuk implementasi digital marketing. Kelompok kami mengenalkan beberapa media sosial yang dapat digunakan dalam pelaksanaan digital marketing, akan tetapi yang kelompok kami fokuskan pada media sosial Instagram. Aplikasi instagram ini kami perkenalkan kepada Pak Fery maupun karyawan pabrik Mie Lethek sebagai bentuk aplikasi digital marketing. Mulai dari tahap awal pembuatan

akun instagram, pembuatan bio instagram yang menarik serta menyertakan link yang berisi link platform aplikasi pemasaran seperti WhatsApp, Shopee, Tokopedia maupun lainnya yang dapat digunakan dalam pemasaran untuk dapat menjangkau khalayak luas. Disisi lain kami juga mendampingi para karyawan untuk kreatif dalam pembuatan konten, bahkan proses pengeditan video yang menarik, seperti para karyawan membuat video proses pembuatan Mie letek dari awal sampai akhir sebagai strategi promosi.



Bagan 1: Metode Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan program pendampingan strategi digital marketing dan pengelolaan sumber daya manusia (SDM) pada bisnis "Mie Lethek Cap Garuda" dilakukan selama satu hari dengan diikuti oleh para karyawan yang berjumlah 6 orang, serta diikuti oleh pemilik pabrik Mie Lethek. Pertemuan dalam program ini dilakukan selama satu jam. Kegiatan ini dilaksanakan di Pabrik Mie Lethek Asli Bendo Cap Garuda tepatnya di Desa Bendo, RT. 101, Trimurti Srandakan, Sawahan, Trimurti, Bantul, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pelaksanaan program ini mempunyai berbagai rangkaian kegiatan yaitu rebranding (pembaruan logo), sosialisasi digital marketing melalui *Instagram*, serta pembuatan akun media *Instagram*. Seluruh rangkaian kegiatan tersebut dilaksanakan di pabrik Mie Lethek Asli Bendo Cap Garuda sehingga materi dan keterampilan yang disampaikan dapat dipahami oleh peserta.

Kegiatan rebranding (pembaruan logo) dilaksanakan untuk memberikan inovasi baru bagi usaha UMKM Mie Lethek Cap Garuda. Pembuatan logo tersebut menggunakan aplikasi Canva dengan memperhatikan berbagai elemen mulai dari bentuk dan warna yang mempunyai ciri khas dari Mie Lethek Cap Garuda. Aplikasi tersebut dipilih karena mudah untuk digunakan dibandingkan dengan aplikasi desain lainnya. Langkah awal program ini yaitu membuat sketsa logo yang sesuai dengan ciri khas dari Mie Lethek Asli Bendo Cap Garuda dan dilanjutkan pada proses penyelesaian pembuatan logo. Logo yang telah dibuat kemudian diserahkan kepada Bapak Ferry selaku pemilik usaha UMKM Mie Lethek Cap Garuda. Langkah terakhir yaitu logo yang telah dibuat dan diserahkan kemudian digunakan pada sosial media *Instagram* Mie Lethek Asli Bendo Cap Garuda sebagai foto profil.



Gambar 1: Hasil Rebranding Logo Mie Lethek Asli Bendo Cap Garuda Asli Bendo



Gambar 2: Penyerahan Logo kepada Bapak Ferry selaku pemilik UMKM

Dalam program pendampingan strategi digital marketing dan pengelolaan sumber daya manusia (SDM) pada bisnis "Mie Lethek Cap Garuda", kami telah mengidentifikasi dan mengimplementasikan berbagai langkah untuk mentransformasi pemasaran tradisional menjadi digital dan meningkatkan efektivitas pengelolaan SDM. Implementasi digital marketing menjadi langkah strategis penting untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM, terutama dalam konteks perkembangan teknologi yang pesat. Kami memilih media sosial khususnya Instagram, sebagai platform utama dalam mempromosikan produk Mie Lethek sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis.

Dalam program ini terdapat dua kegiatan yang dilakukan, yaitu sosialisasi mengenai digital marketing melalui *Instagram*, serta pembuatan akun sosial media *Instagram*. Sosialisasi mengenai digital marketing melalui *Instagram* dilakukan karena pemahaman, penggunaan, serta pengelolaan mengenai pemasaran digital melalui media sosial terutama Instagram para peserta masih terbilang kurang, hal ini disebabkan adanya faktor usia. Sosialisasi digital marketing melalui *Instagram* tersebut dilakukan dengan pengenalan serta penjelasan terkait digital marketing media sosial *Instagram*. Sosialisasi tersebut menggunakan PowerPoint sebagai media dalam memaparkan materi mengenai bagaimana cara penggunaan media sosial dan cara melakukan pemasaran produk mie letheh, sehingga para karyawan dan pemilik lebih paham dan mengerti bagaimana cara menggunakan media sosial *Instagram* sebagai media pemasaran secara digital.

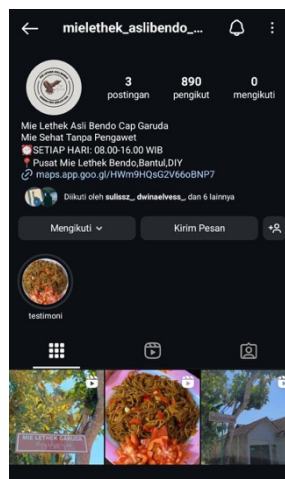
Langkah awal dalam program ini adalah pembuatan akun Instagram yang dilengkapi dengan bio menarik dan informatif serta menyertakan link ke platform pemasaran lain seperti WhatsApp, Shopee, dan Tokopedia. Fokus kami pada pembuatan konten kreatif, seperti video proses pembuatan Mie Lethek dari awal hingga akhir,

diharapkan dapat menarik perhatian audiens dengan menonjolkan keunikan dan kualitas produk. Pelatihan digital marketing yang kami berikan kepada pemilik dan karyawan Mie Lethek mencakup penggunaan media sosial untuk pemasaran, pembuatan dan pengeditan konten, serta teknik promosi yang efektif. Kami juga memperkenalkan penggunaan aplikasi dan AI dalam pembuatan logo untuk memperbarui identitas visual merek dan diharapkan dengan pelatihan ini memberikan dorongan baru atau inovasi baru seperti pembaruan logo yang lebih menarik dan menonjolkan ciri khas dari Mie Lethek serta tidak ketinggalan zaman.

Pendampingan dalam pengelolaan SDM berfokus pada peningkatan kapasitas karyawan dalam mengelola pemasaran digital. Kami melibatkan karyawan dalam setiap tahap pembuatan konten dan pengelolaan akun media sosial, sehingga mereka dapat menguasai keterampilan baru yang relevan dengan era digital. Selain itu, keterlibatan aktif karyawan dalam program ini mendorong mereka untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam mengembangkan konten yang menarik dan relevan untuk menarik para konsumen.



Gambar 3: Sosialisasi Digital Marketing Instagram Mie Lethek Asli Bendo Cap Garuda



Gambar 4: Akun Instagram Mie Lethek Asli Bendo Cap Garuda

Hasil dari program pendampingan ini menunjukkan peningkatan dalam beberapa aspek. Akun media sosial yang aktif dan konten kreatif berhasil meningkatkan visibilitas Mie Lethek di pasar yang lebih luas. Interaksi dengan pelanggan melalui media sosial juga membantu memperkuat hubungan antara bisnis dan pelanggan. Karyawan dan pemilik memperoleh keterampilan baru dalam digital marketing yang sangat berguna untuk perkembangan bisnis di masa mendatang. Kemampuan untuk membuat dan mengedit konten secara mandiri menjadi nilai tambah bagi karyawan.

Evaluasi yang kami lakukan secara berkala meninjau hasil yang telah dicapai dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan, memastikan program ini terus disesuaikan berdasarkan umpan balik dari pemilik dan karyawan. Diharapkan dengan pelatihan yang kami lakukan dapat memberikan edukasi mengenai pemasaran produk dengan menggunakan teknologi digital seperti media sosial instagram dan dengan pelatihan tersebut karyawan dan pemilik Mie Lethek bisa lebih mengembangkan usaha Mie Lethek hingga ke berbagai daerah di Indonesia bahkan bisa mendunia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Pak Fery sebagai pemilik pabrik Mie Lethek dan seluruh karyawan yang telah berperan aktif dalam kegiatan pemberdayaan UMKM Mie Lethek Cap Garuda. Kerjasama, partisipasi, dan dedikasi mereka dalam program pendampingan dan pelatihan digital marketing sangat berarti bagi kesuksesan program ini. Kami juga berterima kasih kepada mitra dan para karyawan yang telah membantu dalam menganalisis, merencanakan, dan melaksanakan kegiatan pemberdayaan. Kontribusi dan kerja sama mereka sangat membantu dalam mengembangkan usaha Mie Lethek lebih jauh.

Tidak lupa, kami juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang memberikan arahan dan bimbingan dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan ini. Segala pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung, berperan penting dalam keberhasilan program ini. Terima kasih atas dedikasi dan kerja sama yang luar biasa dari semua pihak yang terlibat.

REFERENSI

- Al-Kautsari, M. M. (2019). *Asset-Based Community Development: Strategi Pengembangan Masyarakat*. Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, 4(2), 259-278.
- Bhattacharya, J. (2004). *Berteori Pengembangan Masyarakat*. Pengembangan Masyarakat, 34 (2), 5-34.
- Hasan, G., & Chang, J. (2024). *Penerapan Strategi Digital Marketing Pada UMKM Sari Laut KPK di Kota Batam*. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara, 5(1), 366-374.
- Mariam, S., & Ramli, A. H. (2023). *Pelatihan Dan Pendampingan Membangun Praktik Digital Marketing Unggul Untuk Peningkatan Pemasaran UMKM Di Kota Jakarta Barat*. Indonesian Collaboration Journal of Community Services, 3(4), 379-390.
- Noor, I. H. (2010). *Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Pada Perguruan Tinggi*. Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan, 16(3), 285-297.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). *Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 1-17.
- Rachmawati, F. (2018). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi. Surabaya.
- Sanjaya, P. K. A., Hartati, N. P. S., & Premayani, N. W. W. (2020). *Pemberdayaan Pengelola Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Berdikari Melalui Implementasi Digital Marketing System*. CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(1), 65-75.

Wahyuni, N. (2022). *Pengaruh Promosi, Kualitas, dan Packaging Terhadap Minat Pembelian*

Wardhana, A. (2015). *Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV (Vol. 4).