
PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING UMKM PENGHASIL KERIPIK KSU GAPOKTAN RUKUN SANTOSO DESA BUMI SARI KECAMATAN NATAR

Ahmad Cucus¹, Hendri Dunan², Soewito³, Tri Lestira Putri Warganegara⁴,
Iskandar AA⁵, Habiburrahman⁶

Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Indonesia.

ahmad.cucus@ubl.ac.id¹, hendri.dunan@ubl.ac.id², soewito@ubl.ac.id³, tira@ubl.ac.id⁴,
iskandar@ubl.ac.id⁵, habiburrahman@ubl.ac.id⁶

Abstrak : Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh Pihak LPPM UBL kali ini bekerja sama dengan PLN (Divisi Komunikasi dan TJSL (PLN Peduli) PT PLN (Persero) Distribusi Lampung. Dalam pelaksanaan kegiatan ini Bidang yang di kaji pada PKM yang dilakukan adalah *digital marketing*. Dalam penelitian mendapatkan beberapa informasi permasalahan yang di alami masyarakat diantaranya adalah lokasi yang dekat dengan pintu tol membuat tim meyakini banyaknya peluang yang akan membantu kami dalam mengembangkan potensi yang dimiliki oleh desa setempat, disatu sisi tim LPPM UBL bersama (PLN Peduli) PT PLN (Persero) Distribusi Lampung berhasil menemukan salah satu permasalahan yang dibutuhkan oleh masyarakat tempat kami menjadikannya sebuah objek pengabdian, yaitu para kelompok ibu KWT, dengan adanya pelatihan yang akan kami lakukan diharapkan menjadi solusi atas permasalahan yang dihadapi mitra kami.

Kata Kunci: Pengabdian, *Digital Marketing*, UMKM.

Pendahuluan

Kegiatan pengabdian adalah bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, oleh karena itu wajib bagi setiap civitas akademika khususnya Dosen untuk menjalankan Program Pengabdian Kepada Masyarakat. LPPM atau Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UBL merupakan lembaga yang mempunyai tugas mengelola kegiatan penelitian dan pengabdian. Dalam hal ini, LPPM UBL bekerja sama dengan PLN (Divisi Komunikasi dan TJSL (PLN Peduli) PT PLN (Persero) Distribusi Lampung, untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini. Selanjutnya LPPM UBL bersama tim dari PLN- Peduli melakukan survey kekhlayak sasaran untuk menentukan program kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pihak yang terlibat dalam kegiatan ini adalah Tim PLN Peduli sebagai penyandang dan LPPM UBL sebagai pelaksana kegiatan. Alasan mengapa memilih UMKM Gapoktan yang dipilih. Ada dua alasan :

1. Pertama alasan atau pertimbangan subyektif, bahwa lokasi tidak terlalu jauh, mudah dijangkau setiap saat.
2. Kedua pertimbangan obyektif, berdasarkan hasil survey bahwa secara geografis desa Bumi sari teretak di jalur keluar masuk (pintu tol), sehingga potensi pengembangan usaha (khususnya

oleh-oleh, seperti : kripik pisang, kripik singkong, keripik nangka serta aneka kripik, dll), sangat memungkinkan, dan didukung juga bahwa UMKM tersebut sudah beroperasi ,serta ketersediaan bahan baku sangat mudah didapat.

A. Tujuan Pemberdayaan

Target yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah: kemandirian dan peningkatan kluster UMKM menjadi mandiri. Anggapan dari KSU Gapoktan Rukun Santosa adalah:

1. Menjadikan para pelaku usaha keripik di Rukun santoso desa bumi sari kec natar kab lampung selatan menjadi pelaku usaha yang memiliki kemampuan pemasaran dari sisi digital yang baik, sehingga dapat secara optimal memajukan potensi yang dimiliki desa nya.
2. Memberikan manfaat kepada Rukun santoso desa bumi sari kec natar kab lampung selatan dengan adanya pengabdian kepada masyarakat yang tim lakukan memberi solusi terhadap permasalahan yang di hadapi.

B. Analisa Situasi

1.1 Lampung kental dengan wisatanya

Lampung sebagai salah satu provinsi di Indonesia memiliki potensi alam dan budaya yang bisa dikembangkan sebagai objek wisata. Potensi tersebut antara lain alam yang indah dan hawa sejuk, dikelilingi oleh kehijauan bukit dan gunung yang banyak ditumbuhi aneka ragam bunga dan pohon. Aneka ragam budayanya juga terlihat unik dan menarik, demikian pula adat istiadatnya. Dengan kondisi demikian maka Lampung bisa dijadikan mata rantai tujuan wisata.

1.2 Potensi Desa

Pembangunan infrastruktur jalan bebas atau jalan tol dalam sebuah daerah bisa dijadikan sebagai tolok ukur untuk mengetahui sejauh mana kemajuan perekonomian sebuah lokasi kawasan setempat, baik secara makro maupun secara mikro. Selain itu, industri jalan tol bisa juga dijadikan sebagai bukti dan kesiapan sebuah negara dalam menyongsong sebuah peradaban yang serba mudah dan serba cepat dalam setiap melakukan aktivitas. Tim PLN Peduli sebagai penyandang dana dan la LPPM UBL sebagai pelaksana kegiatan. Alasan mengapa memilih UMKM Gapoktan Rukun Santoso, Desa Bumi Sari, Natar dikarenakan obyektif, berdasarkan hasil survey bahwa secara geografis desa Bumi sari terletak di jalur keluar masuk (pintu tol), sehingga potensi pengembangan usaha (khususnya oleh-oleh, seperti: kripik pisang, kripik singkong, keripik nangka serta aneka kripik, dll), sangat memungkinkan, dan didukung juga bahwa UMKM tersebut sudah beroperasi.

1.3 Usaha dikelola oleh KWT (Kelompok Wanita Tani)

Usaha yang dilakukan kelompok wanita tani ini khususnya dibidang pengolahan hasil pertanian. Mereka melakukan usaha pengolahan hasil pertanian untuk menambah pendapatan demi meningkatkan kesejahteraan keluarga tani. Usaha yang dilakukan oleh sebagian besar KWT sebagai usaha pengolahan pangan tidak dilakukan secara berkelompok namun dilakukan secara individual oleh masing-masing anggota. Meskipun demikian kelompok sebagai sarana dalam bidang pemasaran antar KWT saling membantu dan bekerja sama apabila mendapat pesanan yang berbeda maka dilimpahkan ke KWT yang lain. Selain hal tersebut berbagi informasi dan pengalaman dalam pengolahan hasil dilakukan antar KWT dengan demikian tidak ada rasa persaingan antar KWT melainkan saling mendukung dan bekerja sama.

1.4 Tren Pemasaran Digital

Tidak ada usaha yang bisa bertahan lama jika digerakan dengan cara monoton. Jika sebuah menggunakan metode pemasaran digital, maka mengikuti tren *digital marketing* Indonesia adalah cara terbaik untuk membuat bisnis tetap mudah untuk dijangkau customer. Nyatanya kualitas produk saja tidak cukup. Pertanyaan tentang 'Bagaimana produk kita mudah dijangkau konsumen' adalah hal penting untuk bisa kita ketahui jawabannya. Dan sebagai sarana untuk berpromosi, tidak ada salahnya jika kita mengikuti trend yang ada.

Semenjak wabah Covid-19 menyebar ke seluruh dunia, perilaku konsumen untuk berbelanja online mengalami kenaikan. Itulah sebabnya mengapa sebuah bisnis perlu melakukan strategi *digital marketing* selama pandemi. Anda harus memastikan bahwa bisnis Anda dapat ditemukan oleh konsumen ketika mereka mencari sebuah jasa atau produk di internet. Pada dasarnya, *digital marketing* atau pemasaran digital adalah upaya pemasaran atau promosi yang dilakukan melalui perangkat elektronik atau internet. Untuk melakukan jenis pemasaran ini, sebuah bisnis dapat menggunakan mesin pencari (Google), media sosial, email, atau situs web untuk menjangkau pelanggannya. Menyadari bahwa pandemi Covid-19 belum diketahui kapan akan berakhir, banyak bisnis yang menggunakan strategi *digital marketing* untuk bisa bertahan di masa sulit ini. Tiga alasan pentingnya *digital marketing* selama pandemi, antara lain :

1. Orang menghabiskan lebih banyak waktu untuk *online*

Covid-19 telah memaksa kita untuk meminimalisir kegiatan *outdoor*. Akibatnya, saat ini lebih banyak orang yang melakukan berbagai aktivitas secara *online* mulai dari kegiatan belajar, bekerja, berbelanja, dan lain-lain.

2. *Digital marketing* lebih hemat biaya

Digital marketing menjadi kian penting di tengah pandemi Covid-19. *Digital Marketing* membuka peluang baru agar bisnis tetap bertumbuh. Fariz Hutama Putra Harjanto, pengajar *Digital Marketing* di i3L School of Business mengatakan, "*digital marketing* merupakan strategi yang wajib diterapkan setiap bisnis jika ingin bertahan di tengah dinamisnya perkembangan teknologi digital".

"*Digital marketing* mampu menjangkau target pasar dengan lebih akurat dan efisien dari biaya dan mampu dievaluasi kinerjanya secara cepat," ujar Fariz Hutama Putra Harjanto, pengajar *Digital Marketing* di i3L School of Business. Anggaran pemasaran yang Anda miliki harus bisa dipergunakan seefektif mungkin terutama di masa sulit seperti saat ini. Jika dibandingkan dengan pemasaran tradisional, pemasaran digital jauh lebih hemat biaya. Selain itu, pemasaran digital juga memungkinkan Anda untuk menjangkau target market secara tepat sasaran. Jangkauannya juga yang lebih luas karena dapat diakses secara global.

3. Menurunnya kunjungan konsumen ke toko *offline*

Persepsi konsumen terhadap pembelian barang secara *online* merupakan proses evaluasi berbagai alternatif dan memilih salah satu alternatif untuk melakukan pembelian barang menggunakan media internet. Pemerintah mengimbau agar masyarakat dapat memanfaatkan belanja online untuk meminimalisir penyebaran Covid-19. Penerapan *work from home* (WFH) selama pandemi virus Corona (Covid-19). Sejak pandemi, banyak bisnis yang mengalami penurunan kunjungan di toko *offline*. Pemerintah di beberapa daerah juga menerapkan pembatasan jam operasional untuk mencegah penularan virus. Untuk mengatasi kondisi ini, banyak bisnis yang beralih menggunakan *platform* digital untuk memasarkan produk atau layanannya.

1.5 Ibu-ibu KWT perlu dibekali kemampuan pemasaran digital

Saat ini era digital telah menyentuh hampir seluruh aspek kehidupan termasuk bisnis di bidang pertanian. Ada keprihatinan besar terkait dengan kondisi petani saat ini. Produk pertanian berlimpah tetapi harga produk pertanian dan kebutuhan pokok terus mengalami peningkatan. Sedangkan di sisi lain petani sebagai produsen mendapatkan harga jual yang rendah. Penyebab rendahnya harga jual di tingkat petani adalah panjangnya rantai distribusi dan ketergantungan petani pada tengkulak. Melihat kondisi tersebut maka diperlukan upaya untuk meningkatkan posisi tawar petani dengan cara menghubungkan petani langsung kepada konsumen. Cara tersebut adalah pemasaran secara online. Dengan adanya kegiatan ini, petani diharapkan lebih memahami pentingnya penggunaan sosial media untuk mendukung kegiatan pemasaran produk.

Digital marketing menjadi salah satu strategi yang paling banyak diterapkan oleh berbagai perusahaan dalam melakukan promosi di era Revolusi Industri 4.0. Ditambah lagi dengan fitur penunjang yang mumpuni akan membuat *digital marketing* semakin efektif. Ditambah Semenjak wabah Covid-19 menyebar ke seluruh dunia, perilaku konsumen untuk berbelanja online mengalami kenaikan. Itulah sebabnya mengapa sebuah bisnis perlu melakukan strategi *digital marketing* selama pandemi.

Ibu-ibu KWT sangat perlu diberikan edukasi tentang sangat berpengaruhnya potensi dalam menerapkan pemasaran produk secara digital, selain memudahkan terhubungnya dengan para konsumen *digital marketing* juga mampu melacak perilaku konsumen dengan lebih efektif. Memperluas pangsa pasar merupakan salah satu tujuan *digital marketing* ini dari *marketing* adalah untuk memperluas pangsa pasar dan pada akhirnya menasar calon konsumen baru. Adanya pembekalan kepada ibu-ibu KWT akan dipandang semakin kompetitif dalam menghadapi era digital dan pandemi seperti saat ini.

2.1 Permasalahan Mitra

2.1.1. Pengelolaan usaha konvensional oleh KWT

1. Menekan biaya marketing konvensional dengan cara yang efektif
Riset yang dilakukan oleh e-Marketer pada tahun 2020 lalu menunjukkan bahwa biaya *digital marketing* melampaui jumlah iklan yang ada di televisi. Memang, sebelumnya televisi dikenal sebagai media paling efektif untuk melakukan promosi produk dari sebuah perusahaan. Di samping itu, ada pula media lainnya seperti koran, majalah hingga reklame yang juga tidak kalah efektifnya. Akan tetapi jika dilihat kembali, jumlah pengeluaran untuk marketing melalui media-media konvensional tersebut cukup mahal. Anda harus membayar pajak yang tentu tidak sedikit dan perizinan yang cukup rumit. Berbeda halnya bila menggunakan "*digital marketing*" yang dinilai tidak mengeluarkan biaya besar namun hasilnya sangat efektif. Contohnya saja Anda bisa menggandeng *agency* untuk memasarkan produk perusahaan di ranah digital.
2. KWT perlu dibekali ilmu dan praktek kewirausahaan
Keterlibatan wanita yang semakin tinggi dalam pertanian adalah karena dorongan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan anggota keluarga atau disisi lain mungkin membuat posisi wanita semakin kuat dalam keluarga. Wirausahawan atau Entrepreneurship merupakan orang yang siap dan berani menerima risiko serta dapat mengambil peluang usaha di berbagai kesempatan. Wirausahawan selalu berpikir untuk mencari keuntungan dan selalu berkembang dengan cara mencari dan memanfaatkan peluang usaha yang ada. Pelatihan materi kewirausahaan dan pengembangan praktek kewirausahaan diperlukan oleh para pengusaha termasuk ibu-ibu KWT. Maka UBL bekerja

sama dengan PLN (Divisi Komunikasi dan TJSL (PLN Peduli) PT PLN (Persero) Distribusi Lampung, untuk melaksanakan pelatihan dan pengembangan praktek kewirausahaan.

3. KWT perlu dibekali ilmu dan kemampuan pemasaran digital

Digital marketing merupakan salah satu cara pemasaran yang mudah, cepat, dan terkontrol. Banyak perusahaan yang berhasil naik tanpa perlu mengeluarkan biaya yang mencekik keuangan. *Digital marketing* menjadi salah satu strategi yang paling banyak diterapkan oleh berbagai perusahaan dalam melakukan promosi di era Revolusi Industri 4.0. Ditambah lagi dengan fitur penunjang yang mumpuni akan membuat *digital marketing* semakin efektif. Ditambah Semenjak wabah Covid-19 menyebar ke seluruh dunia, perilaku konsumen untuk berbelanja online mengalami kenaikan. Itulah sebabnya mengapa sebuah bisnis perlu melakukan strategi *digital marketing* selama pandemi.

Ibu-ibu KWT sangat perlu diberikan edukasi tentang sangat berpengaruhnya potensi dalam menerapkan pemasaran produk secara digital, selain memudahkan terhubungnya dengan para konsumen *digital marketing* juga mampu melacak perilaku konsumen dengan lebih efektif. Memperluas pangsa pasar merupakan salah satu tujuan *digital marketing* ini dari marketing adalah untuk memperluas pangsa pasar dan pada akhirnya menasar calon konsumen baru. Adanya pembekalan kepada ibu-ibu KWT akan dipandang semakin kompetitif dalam menghadapi era digital dan pandemi seperti saat ini.

Metode Pelaksanaan

3.1 Pelatihan Pemasaran Digital

3.1.1 Social Media

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan data empirik tentang program pelatihan *Digital Marketing* bagi UMKM Gapoktan KSU Rukun Santoso, Desa Bumi Sari, Natar. Kegiatan pendampingan digital marketing pada UMKM Gapoktan KSU Rukun Santoso, Desa Bumi Sari, Natar dimulai dengan melakukan optimasi sosial media. Tim pelaksana pelatihan dan pendampingan memberikan pembekalan mengenai bagaimana menggunakan sosial media untuk memasarkan secara digital. Mulai dari membantu membuat akun sosial media, memberikan tips mengenai tampilan sosial media yang menarik, menjelaskan poin-poin penting yang dilihat calon konsumen dari sosial media, sampai termasuk tampilan produk. Adapun sosial media yang digunakan adalah Instagram dan Facebook.

Sosial media saat ini merupakan tempat yang paling populer untuk orang berbagi kehidupan sehari-hari. Bahkan tidak hanya itu, banyak diantaranya yang menjadikan sosial media menjadi *social selling*. Zaman internet seperti saat ini, memang sangat memberikan kemudahan orang untuk menemukan penghasilan sampingan dari pekerjaan utama mereka. Contohnya adalah bisnis online.

Facebook merupakan sosial media yang paling populer dan paling banyak digunakan untuk menjalankan bisnis. Bagaimana tidak, facebook saat ini sudah mencapai 2 milyar pengguna aktif di seluruh dunia. Indonesia sendiri berada di peringkat ke empat dengan total kurang lebih 126 juta pengguna aktif. Oleh karena itu, peluang untuk menghasilkan uang dari facebook sangat besar. Banyak yang menggunakan facebook untuk jualan, akan tetapi masih banyak yang belum tahu cara optimasinya agar lebih *powerfull*.

Selain facebooknya sendiri, market place pada facebook juga bagian penting yang bisa digunakan untuk pemasaran digital. Adapun beberapa tips diberikan untuk para peserta pelatihan untuk melakukan optimasi facebook marketplace seperti;

1. Gunakan Kata Kunci di Judul dan Deskripsi Produk
2. *Posting* Produk yang sama pada kategori yang berdekatan. Ketika memposting produk jualan, penting untuk memilih kategori yang relevan.
3. *Post* Produk di Lokasi yang Berbeda
4. *Repost* Ulang Produk yang Sama Seminggu Sekali

3.1.2 Penggunaan *Market Place*

Marketplace adalah fitur jualan yang disediakan oleh Facebook, di mana penjual dan pembeli dapat saling menjawab kebutuhan dengan bertransaksi jual dan beli. Facebook *Marketplace* ini gratis, bisa dipakai semua pengguna tanpa harus membuat akun khusus lagi. Pada pelatihan dan pendampingan, tim juga menjelaskan kepada peserta apa itu *marketplace*, fungsi *marketplace* dan cara penggunaannya. Bahkan langsung melakukan praktek membuat akun *marketplace*.

3.1.3 Membuat *website*.

Tim juga menjelaskan pentingnya *website* sebagai bagian dari pemasaran digital. Bagi orang awam, membuat *website* cukup sulit karena pemasalahan teknis. Padahal, hal ini cukup mudah jika dilakukan dengan seksama meskipun tidak memiliki keahlian teknis sekalipun. Terdapat lima langkah sederhana dalam membuat sebuah *website*. Yang pertama adalah menentukan jenis *website* yang akan dibuat. Jenis *website* akan berpengaruh pada pemilihan paket web hosting, domain dan tema yang akan digunakan.

Selanjutnya tentukan platform websitenya. Sekarang ini pembuatan *website* bisa dilakukan tanpa mengetahui cara coding. Sudah ada platform webiste yang bisa digunakan tanpa menggunakan code HTML, CSS bahkan PHP. Yang pertama harus dilakukan adalah memilih hosting dan nama domain. Hosting berfungsi untuk menyimpan semua file *website* sehingga bisa diakses secara online. Sedangkan domain berfungsi sebagai alamat *website* agar bisa dengan mudah diakses. Selanjutnya install platform yang dipilih dan sesuaikan tampilan *website*.

3.1.4 Monitoring Pemasaran Digital

Setelah memulai melakukan pemasaran digital, hal penting lainnya adalah proses monitoring. Bagaimana menganalisa media pemasaran digital yang kita lakukan dan bisa terus konsisten melaksanakan pemasaran digital.

3.1.4.1 Analisis Media sosial

Melihat bagaimana performa atau kekuatan sebuah media sosial yang digunakan. Tidak perlu menggunakan banyak sosial media namun pengguna sosial media perlu mengetahui *feedback* yang didapatkan sesuai.

3.1.4.2 Konsisten

Konsistensi penting untuk menjalankan pemasaran digital. Perhatikan jenis konten yang di *posting*. Apakah sesuai dengan brand image yang akan dibangun dan harus terus dimaintain.

Hasil Dan Pembahasan

3.2 Solusi dan Target Luaran

Melalui Pelatihan Pemasaran Digital, Para ibu-ibu KWT memahami bagaimana mengelola usaha dengan memasarkan produk secara digital. Dengan adanya pelatihan pemasaran digital yang akan di lakukan oleh UBL dengan PLN (Divisi Komunikasi dan TJSL (PLN Peduli) PT PLN (Persero) Distribusi

Lampung, menjadi solusi yang banyak di keluhkan masyarakat dan secara tidak langsung hal itu memenuhi. Kebutuhan masyarakat Rukun Santoso Desa Bumi Sari, Kec Natar. Masyarakat akan di arahkan melakukan beberapa point berikut ini :

- Membuat *website*.
- Menggunakan platform di media sosial seperti Facebook ,Whatsapp,instagram.
- Menggunakan *Market Place*
- Mengevaluasi setiap konten vidio yang di unggah di sosial media.

1. Lampiran dokumentasi kegiatan



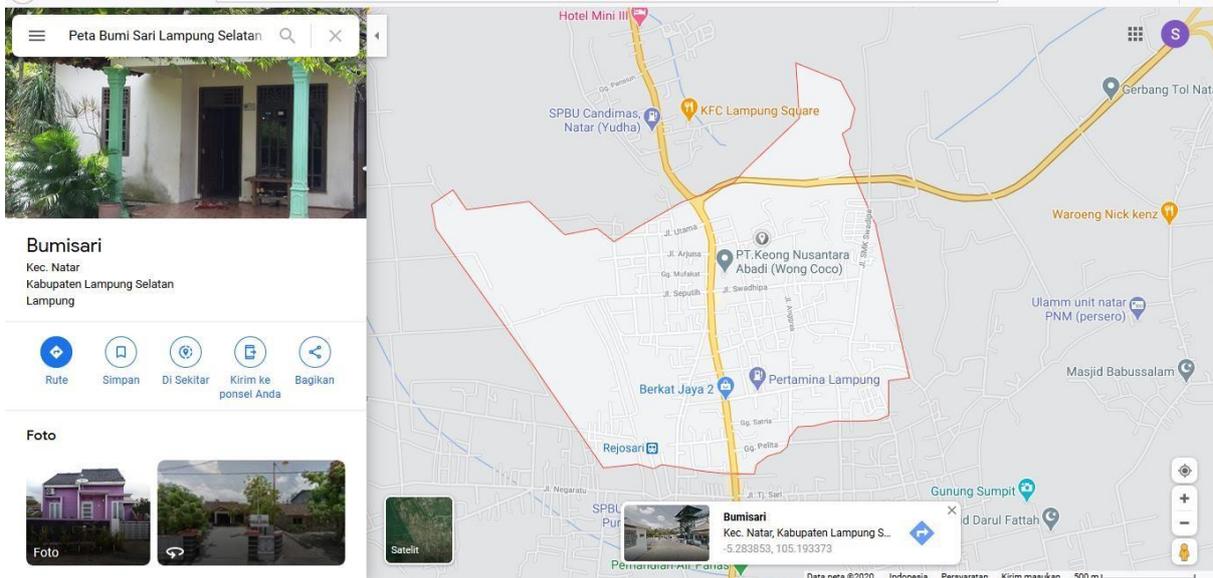
Gambar 1. Komunitas UMKM Gapoktan KSU Rukun Santosa



Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing



Gambar 3. Pembagian nasi kotak kepada UMKM Gapoktan



Gambar 4. Peta lokasi mitra sasaran

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian adalah bagian dari Tri Dharma PT, oleh karena itu wajib bagi setiap dosen. LPPM mendapat tugas dari pimpinan untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Karena pengabdian harus bermitra, maka UBL bekerja sama dengan PLN (Divisi Komunikasi dan TJSL (PLN Peduli) PT PLN (Persero) Distribusi Lampung, untuk melaksanakan tersebut. Target yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah: kemandirian dan peningkatan klaster UMKM menjadi mandiri. Anggapan dari KSU Gapoktan Rukun Santosa adalah:

1. Kegiatan sangat positif, menjadi pendorong untuk UMKM lainnya agar juga bisa berperan serta dalam meningkatkan ekonomi masyarakat melalui UMKM.
2. Secara kelembangaan memberikan apresiasi yang sangat bagus terhadap UBL, karena telah ikut dan membantu serta berkontribusi nyata dalam pengembangan UMKM di desa Bumi Sari. Adanya analisis situasi, permasalahan mitra, solusi target luaran, dan metode pelaksanaan menjadi bagian pokok utama dalam pembahasan dalam laporan ini.

Saran

Saran untuk kedepannya adalah lebih di maksimalkan kembali dalam hal mekanisme pelatihan dan pengembangan praktek di lapangan dalam hal meningkatkan kualitas SDM yang ada. Tidak lupa teknologi masa kini diharapkan menjadi suport penuh dalam proses produksi produk yang di jalani.

Referensi

4 Tips Optimasi Facebook Marketplace Agar Promosi Online Makin Efektif - Trikinet.com. Diambil dari <https://trikinet.com/post/tips-facebook-marketplace/>

*7Langkah Optimasi Facebook Untuk Jualan.*Diambil dari <https://banghendry.com/7-langkah-optimasi-facebook-untuk-jualan/>

9 Tren Digital Marketing di Indonesia 2021 [Top World] - Divedigital.ID. Diambil dari <https://divedigital.id/trend-digital-marketing-2020/>

Cara Membuat Website Sendiri Tanpa Coding - Cepat & Mudah!. Diambil dari <https://www.niagahoster.co.id/blog/cara-membuat-website/?amp>

Digital Marketing: Pengertian dan Strategi Penerapan Bisnis. Diambil dari <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>

Ini Alasan Digital Marketing Makin Penting saat Pandemi - Teknologi Bisnis.com. Diambil dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20200929/84/1297962/ini-alasan-digital-marketing-makin-penting-saat-pandemi>

Mengelola dan Mengevaluasi Konten Halaman 2 - Kompasiana.com. Diambil dari https://www.kompasiana.com/anidadiana/60d35788a0e27c4a6b124da2/mengelola-dan-mengevaluasi-konten?page=2&page_images=1

Pengenalan Digital Marketing dalam Pemasaran Produk Pertanian Untuk Petani Milenial Desa Wonotulus Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo | Utami | PROSIDING SEMINAR NASIONAL PERTANIAN. Diambil dari <https://journal.ummat.ac.id/index.php/SEMNASPUMMAT/article/view/3074>

Pengertian Pemasaran Digital dan Berbagai Strateginya. Diambil dari <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-pemasaran-digital-dan-strateginya/>

Pentingnya Peran Digital Marketing Dalam Membantu Kesuksesan Bisnis. Diambil dari <https://www.suara.com/bisnis/2021/06/18/080228/pentingnya-peran-digital-marketing-dalam-membantu-kesuksesan-bisnis?page=all>