

# **EDUKASI PEMASARAN DIGITAL BAGI UMKM DI KECAMATAN TANJUNG SARI PAMULIHAN KABUPATEN SUMEDANG**

Setiarini<sup>1</sup>, Iha Haryani Hatta<sup>2</sup>,  
Harimurti Wulandjani<sup>3</sup>, Dewi  
Trirahayu<sup>4</sup>, Lies Putriana<sup>5</sup>,  
Denisa Puspa Rahajeng<sup>6</sup>, Amalia  
Destriyanti<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> Program Studi  
Manajemen, Universitas  
Pancasila, Jakarta, Indonesia.

Artikel  
Diterima : 27 September 2022  
Disetujui : 06 Januari 2023

Email :  
Setiarini@univpancasila.ac.id

## **Abstrak**

Jenis usaha yang dibangun pada masa kini baik usaha kecil menengah (UKM) ataupun besar masih mengikuti perkembangan teknologi dan mulai beralih dari model pemasaran tradisional ke model pemasaran modern, khususnya pemasaran digital. Model pemasaran ini memungkinkan para pelaku bisnis dari berbagai latar belakang yang berbeda untuk memasarkan dan memperkenalkan produk atau jasa mereka kepada konsumen dengan sangat mudah. Pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan edukasi manajemen pemasaran yaitu digital marketing diperuntukkan kepada UMKM di bawah binaan BumDes Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Sumedang yang aktif dan beroperasi, dimana usaha tersebut telah terdaftar pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Kegiatan pengabdian tersebut para pelaku UMKM di bawah koordinasi BumDes Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang, Jawa Barat memiliki minat dan keinginan yang kuat untuk belajar mengenal digital marketing. Hanya saja mereka terhambat pada jaringan internet dan kemampuan mengikuti perkembangan teknologi informasi serta tata caranya pemasaran secara online.

**Kata Kunci:** *Digital Marketing, UMKM, BumDes*

## **Abstract**

*A The types of businesses that are built today, both small and medium enterprises (SMEs) and large, always follow technological developments and begin to leave traditional marketing models to switch to modern marketing models, namely digital marketing. This marketing model makes it very easy for business people from various circles to market and introduce their products or services to consumers. Community service in the form of marketing management education training, namely digital marketing, is intended for MSMEs under the guidance of BumDes Tanjungsari District, Sumedang Regency which are active and operating, where the business has been registered with the Community and Village Empowerment Office of the Sumedang Regency Government, West Java. The service activities of MSME players under the coordination of BumDes of the Regional Government of Sumedang Regency, West Java have a strong interest and desire to learn about digital marketing. It's just that they are hampered by the internet network and the ability to keep up with the development of information technology and online marketing procedures.*

**Keywords:** *Digital Marketing, UMKM, BumDes*

---

## PENDAHULUAN

Saat ini bidang teknologi mengalami kemajuan yang sangat pesat, dimana pertumbuhan teknologi sudah menjadi kebutuhan dasar sehari – hari untuk membantu dan mendukung masyarakat dalam segala aspek. Pertumbuhan teknologi tidak dapat dihindari karena terkait erat dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Perkembangan internet adalah salah satu pencapaian teknologi dalam kombinasi teknologi informasi dan komunikasi yang sangat luas bagi manusia. Indonesia merupakan salah satu negara dengan persentase pengguna internet yang tinggi. ditambah lagi sejak awal tahun 2000, dimana seluruh dunia mengalami kondisi pandemi Covid -19 memaksa masyarakat untuk menggunakan internet dalam sektor ekonomi, industri transportasi dan pendidikan. Pesatnya perkembangan teknologi mempengaruhi dunia digital dan internet di mana hal ini akan sangat bermanfaat bagi para pebisnis dalam hal pemasaran. Saat ini, tren pemasaran telah berpindah dari pemasaran offline ke pemasaran digital online.

Strategi pemasaran online atau digital marketing lebih efektif dalam mempromosikan produk atau jasa pebisnis, memungkinkan konsumen atau calon konsumen mendapatkan informasi lebih banyak tentang produk atau jasa serta informasi tentang transaksi melalui internet. Menurut para ahli, pengertian dasar digital marketing adalah kegiatan promosi dan riset pasar melalui media digital online dengan berbagai cara, salah satunya jejaring sosial. Ketersediaan pemasaran digital mempermudah bisnis untuk menjangkau semua konsumen mereka dari berbagai tempat, dan bisnis dapat memantau dan memenuhi semua permintaan pelanggan mereka. Pemasaran digital bertindak sebagai jembatan antara bisnis dan pelanggan potensial mereka. Di satu sisi, pemasaran digital menguntungkan pelanggan dengan memudahkan konsumen untuk mengakses dan memperoleh informasi produk hanya dengan menjelajahi dunia maya.

Jenis usaha yang sedang dibangun saat ini, usaha kecil dan menengah (UKM) maupun besar, masih mengikuti perkembangan teknologi dan mulai beralih dari model pemasaran tradisional ke model pemasaran modern, khususnya pemasaran digital. Model pemasaran ini memungkinkan para pelaku bisnis dari berbagai latar belakang berbeda untuk memasarkan dan memperkenalkan produk atau jasa mereka kepada konsumen dengan sangat mudah. Selain itu, pemasaran digital lebih efektif dalam menghemat waktu dan meningkatkan biaya iklan. Karena melakukan promosi secara online juga dapat menjangkau konsumen secara luas.

Kegiatan pengabdian masyarakat bagi UMKM dan BumDes kepada peserta sebagai salah satu Proses Pembelajaran tentang pembaharuan, menambah Pengetahuan bagi wawasan pandangan kekinian untuk mengembangkan Potensi Diri secara maksimal dengan cara mempercepat Adaptasi terhadap perubahan dapat menampilkan ide ide baru yang sangat kreatif bagi para pelaku UMKM di bawah koordinator BumDes Kecamatan Tanjungsari, Sumedang, yang terlibat dalam masalah penurunan pemasaran akibat Covid 19 dengan upaya melakukan pemasaran berbasis digital. Pihak akademisi, pemerintah, dan pihak-pihak terkait bisa memanfaatkan hasil temuan pengabdian ini

sebagai model pelatihan dan pendampingan terutama untuk pelaku bisnis UMKM di bawah koordinator BumDes Kecamatan Tanjungsari, Sumedang melalui pemanfaatan kemajuan informasi teknologi guna memperkenalkan, memasarkan produk UMKM melalui teknologi informasi agar diminati masyarakat Indonesia dan Mancanegara. Target dan luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat melakukan Kerjasama dengan Pemerintah Daerah untuk kemajuan perekonomian khususnya Sumedang melalui Simbiosis Mutualisme, Brand awareness Universitas Pancasila, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila dan transfer knowledge serta menjalankan Aplikasi Pemanfaatan Marketing Digital ke UMKM dan tukar pikiran dan temuan baru dengan BumDes.

## **KAJIAN TEORI**

Menurut Suryo (1986) dalam (Janosik, 2005) mengatakan bahwa secara definitif wirausaha adalah orang yang memiliki sifat berani menanggung resiko, mandiri, berpandangan jauh, kreatif, inovatif, serta tangguh dalam mengelola usaha dan kegiatan yang mendatangkan keberhasilan. Menjadi seorang wirausaha harus memiliki keinginan yang tekad dari dalam diri sendiri, karena sifat seorang wirausaha akan mempengaruhi keberhasilan pekerjaan atau karier yang sedang dijalankan. Selain itu kewirausahaan juga menjadikan masyarakat untuk lebih kreatif dan mandiri karena dapat menciptakan produk atau jasa yang memiliki nilai.

Menurut McPheat (Ukaj 2015) dalam (Pratama, 2017) menyatakan bahwa internet marketing dapat mempengaruhi beberapa kegiatan – kegiatan lain dalam suatu bisnis seperti iklan, promosi, public relations, dan penjualan. Internet marketing yang membutuhkan perhatian lebih terhadap konsumen seperti bagaimana cara terbaik untuk menjual dan mendistribusikan suatu produk. Berdasarkan pernyataan diatas maksud dari internet marketing adalah suatu usaha perusahaan melakukan promosi untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan terhadap masyarakat dengan memanfaatkan media digital atau dapat disebut juga sebagai strategi digital marketing, dimana pada saat ini penggunaanya terus mengalami kenaikan.

Peranan UMKM pada perekonomian semakin penting, maka dari itu seharusnya UMKM semakin mendapat perhatian yang lebih dari pemerintah. Berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif atau Bekraf dalam (Indarto dkk, 2017) tahun 2010-2014 rata-rata sumbangan ekonomi kreatif mencapai sekitar 7,1% dari produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Data BPS (tahun 2004) nilai tambah yang dihasilkan dari ekonomi kreatif kira-kira sebesar 716,7 triliun dengan rata-rata pertumbuhan mencapai

5.815 JUMLAH Tenaga Kerja yang terserap kurang lebih 12 juta orang dalam Industri Kreatif. Anak anak muda dan ibu Rumah Tanggapu saat ini banyak yang menjadi pelaku usaha yang berhasil dengan bantuan Digital Marketing yang mudah dijalankan dan praktis.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang berjudul Edukasi Literasi Digital : Pendampingan Transformasi Digital Pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan yang dilakukan oleh Teddy Setiawan, Dwinanto Priyo S, dan Eka Pranjaya dapat disimpulkan bahwa dengan adanya Edukasi Literasi Digital ini mengindikasikan bahwa pengetahuan dan kesadaran peserta akan literasi digital telah berkembang, yang dibuktikan dengan meningkatnya kemampuan peserta UMKM sukabumi Pakidulan dalam menggunakan berbagai media digital, memproduksi konten, mengunggah foto produk, dan menawarkan deskripsi produk, dan lain-lain. Terlepas dari kenyataan bahwa hal tersebut masih terlihat sederhana hal ini adalah perkembangan positif di bidang digital mengingat kondisi awal para pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan yang tidak dapat secara mandiri membuat akun media digital di situs-situs seperti media sosial, apalagi menawarkan gaya dan konfigurasi konten yang lebih menarik untuk pemasaran digital produk mereka. Untuk benar-benar dapat melakukan transformasi digital dan terus membangun bisnis mereka di era digital, diharapkan keterampilan dasar ini akan memperkuat literasi digital dan menjadi kebiasaan dalam menggunakan teknologi digital.

Kemudian berdasarkan penelitian yang berjudul Memaksimalkan Program Smart Village Melalui Implementasi Pemasaran Digital Bagi Warga Desa Kemuning (Nisa, C., Wulandjani, H., Dian Riskarini, & Naomi Meidiawaty Situmorang. (2021) dapat disimpulkan bahwa pemasaran produk UMKM di Desa Kemuning kurang maksimal dikarenakan pemasaran yang dilakukan masih mengandalkan pameran, dropshipping pada toko disekitaran Desa kemuning dan masih bergantung terhadap wisatawan yang datang ke Desa Kemuning namun dikarenakan adanya pandemi Covid – 19 maka wisatawan yang berkunjung ke Desa Kemuning sepi.

## **METODE**

Pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan edukasi manajemen pemasaran yaitu digital marketing diperuntukkan kepada UMKM di bawah binaan BumDes Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Sumedang yang aktif dan beroperasi, dimana usaha tersebut telah terdaftar pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Waktu pengabdian dilakukan pada tanggal 15 Juni 2022. Sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, Tim Pengabdian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila (FEB-UP) melakukan komunikasi melalui telepon dengan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Dikarena saat ini Indonesia telah memasuki endemi Covid 19, maka kegiatan ini dapat dilaksanakan secara offline

Selanjutnya, pihak Dinas terkait memberikan informasi terkait dengan data peserta UMKM yang telah mendaftar dan bersedia mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat. Dari data yang diperoleh, UMKM di Kecamatan Tanjungsari memiliki beberapa produk andalan, antara lain penghasil susu sapi, budidaya jamur tiram, penghasil sayur-mayur, dan penghasil Ubi Cilembu (hui Cilembu). Peserta yang hadir harus berstatus pemilik usaha atau pihak yang berperan dalam pengambilan keputusan usaha

atau pegawai yang bertanggung jawab terhadap pemasaran usaha (manajer pemasaran). Supaya kegiatan pengabdian berjalan secara efektif dan efisien, setiap UMKM diminta untuk menyatakan kesediaannya mengikuti seluruh sesi pelatihan dan pendampingan yang ditawarkan. Hal ini bertujuan sebagai antisipasi agar pelaku usaha tidak hanya hadir di awal sesi saja, tetapi hadir di seluruh sesi kegiatan sehingga menerima materi secara utuh, karena pelatihan dan pendampingan ini bersifat sistematis.



**Gambar 1.** Peta Lokasi

Setelah pemberian materi dan pelatihan dapat menerapkan beberapa strategi pemasaran digital yaitu, 1) UMKM dapat memasarkan produknya menggunakan media iklan berbayar. 2) UMKM dapat memanfaatkan pemasaran transaksional dengan pemberian diskon melalui marketplace seperti event 11.11 atau 12.12. 3) UMKM juga dapat memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan cepat. 4) UMKM juga dapat melakukan pemasaran konten dimana penjual memberikan informasi berdasarkan kebutuhan konsumen. 5) UMKM dapat mengimplementasikan pemasaran interaktif dengan cara mengkostumisasi produk yang dihasilkan. 6) UMKM dapat memanfaatkan metode Search Engine Optimization (SEO) dimana UMKM dapat memanfaatkan traffic pada search engine seperti google.com. 7) UMKM dapat memanfaatkan telemarketer yaitu pemasaran dengan cara menawarkan melalui telpon. 8) dan yang terakhir adalah email marketing yaitu metode dengan memasarkan produk melalui surat elektronik.

## **PEMBAHASAN**

### **Hasil Pelaksanaan Pengabdian**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan melakukan pelatihan dan demonstrasi memasarkan produk dengan memanfaatkan internet dan teknologi informasi yang

berkembang sangat cepat, dengan menggunakan aplikasi Youtube, WhatsApp, Instagram, Facebook, Tik Tok, Twitter, Linked In, dan Market Place. Kegiatan ini dilakukan secara offline. Adapun tim dosen yang berjumlah 6 (enam) orang dengan kepakaran dibidang inovasi Marketing Kreatif yang dimulai dari diversifikasi produk, penetapan harga yang kompetitif, penggunaan kemasan yang mempertahankan rasa utuh dari produknya, memanfaatkan komunitas sebagai penambahan pelanggan baru, peningkatan produktivitas dan tanggung jawab SDM UMKM sampai dengan pencatatan pembukuan sederhana sistematis oprasional yang semua dilakukan oleh perusahaan dengan melalui satu tujuan utama yaitu pemanfaatan Digitalisasi dalam Marketing

Tim bertugas dan berperan aktif dalam menjawab pertanyaan dan membantu peserta UMKM selama acara dilaksanakan. Setelah semua persiapan telah dilakukan, selanjutnya kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema Edukasi Pemasaran Digital UMKM di Kecamatan Tanjungsari, Sumedang dilaksanakan.

Proses pelaksanaan kegiatan diawali dengan presentasi dan penjelasan mengenai pentingnya literasi digital di masa sekarang untuk membantu pemasaran bisnis dengan mengimplementasikan teknologi digital, hal ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya kehadiran teknologi yang berguna bagi kegiatan bisnis digital modern dengan harapan akan menginspirasi pengambilan keputusan yang diiringi dengan keyakinan bahwa mereka dapat melakukannya, selanjutnya diberikan materi edukasi literasi digital dasar.

Kedisiplinan dan semangat para peserta dalam mengikuti kegiatan ini menunjukkan antusiasme yang sangat baik, terutama pada saat sesi debat dan tanya jawab, di mana para peserta sangat aktif bertanya dan meminta agar materi yang disampaikan dapat disampaikan secara lebih privat hingga mereka benar-benar dapat memahami dan mempraktekkannya.

Penilaian terakhir adalah pemahaman dan penguasaan dalam memproduksi konten dan mempresentasikan detail produk mereka yang dikembangkan selama program berlangsung di media sosial. Pada tahap review inilah kemampuan dan kapabilitas pemasaran digital para peserta mulai muncul, dan layak untuk terus berkembang dengan rasa ingin tahu, eksplorasi/investigasi, dan pembentukan kebiasaan. Kondisi peserta menunjukkan bahwa setelah mengikuti pendidikan dan pelatihan, pemahaman mereka terhadap literasi digital mulai berkembang.

Para peserta didorong untuk mendedikasikan diri dalam memanfaatkan platform digital yang telah mereka ciptakan untuk kebutuhan pemasaran online mereka serta memberikan pemahaman yang berguna untuk pengembangan bisnis yang berkelanjutan di tengah persaingan yang ketat di lingkungan digital, selain mengelola bisnis mereka dan mempromosikan barang mereka secara offline, demi menjaga kemampuan dan pemahaman mendalam tentang literasi digital yang semakin meningkat.



Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing

Perkembangan teknologi yang cepat menuntut para pelaku UMKM di Indonesia, khususnya di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang untuk tetap up to date dengan kemajuan teknologi. Selanjutnya, narasumber menjelaskan langkah-langkah memasarkan produk melalui teknologi informasi (digital marketing) melalui aplikasi tersebut.

Para peserta UMKM diberikan wawasan terkait pentingnya aplikasi yang dapat dimanfaatkan dalam memasarkan produknya, seperti Youtube, WhatsApp, Instagram, Facebook, Tik Tok, Twitter, Linked In, dan Market Place. Namun, karena keterbatasan pada saat pelaksanaan acara yang dilakukan secara daring, tidak seluruh peserta dapat mempraktekan secara langsung karena beberapa peserta pelatihan mengakses ZOOM melalui handphone. Sehingga, selama pelaksanaan pelatihan direkam menggunakan fasilitas rekaman yang ada pada ZOOM. Hasil rekaman yang berisi tutorial penyusunan laporan keuangan dengan handphone dapat diakses langsung oleh peserta UMKM setelah kegiatan selesai. Pelatihan berlangsung selama 180 menit.

Selama pelatihan berlangsung, peserta dapat bertanya secara langsung kepada narasumber maupun tim dosen melalui media chat pada ZOOM. Beberapa peserta menanyakan terkait dengan pemasaran lewat aplikasi digital dan praktiknya secara langsung. Tetapi tidak sedikit peserta yang masih kesulitan dalam penggunaan aplikasi digital tersebut, dikarenakan keterbatasan pengetahuan peserta dalam pemanfaatan teknologi digital.

Tahapan dalam pemberian dan latihan praktek dibagi ke dalam, Penjelasan perihal pentingnya teknologi digital marketing bagi UMKM; Demonstrasi untuk menjelaskan pengoperasian teknologi digital marketing untuk memasarkan produk. Selanjutnya pada pelatihan tersebut, diberikan narasi perusahaan fiktif dengan tujuan untuk mempermudah peserta UMKM mempraktekan aplikasi tersebut;

Diskusi atau Tanya jawab mengenai berbagai kendala yang dihadapi UMKM dalam memasarkan produk secara digital.

Secara umum, pelaksanaan pengabdian ini berdampak positif, pelaksanaan pengabdian berdampak positif terhadap hal penting bagi para pelaku usaha yang rutin mengikuti serangkaian agenda pelatihan dan pendampingan. Pertama, mengetahui bagaimana memasarkan produk secara tepat. Dengan adanya sistem online, pelaku usaha diwajibkan untuk jujur dalam segala transaksi pada bisnis, dengan demikian konsumen akan puas dan pasti akan mempromosikan kepada yang lain serta akan menjadi langganan.

Kedua, memudahkan dalam bertransaksi lewat digital marketing. Sistem pemasaran yang efektif dan efisien dapat membantu pelaku usaha untuk melakukan transaksi secara mudah.

## **SIMPULAN**

### **Kesimpulan**

Secara umum, ditahap awal kunjungan perdana (canvasser team) sebagian besar pelaku UMKM di bawah koordinasi BumDes Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang, Jawa Barat masih berskala mikro dan kecil. Masih banyak peserta UMKM di bawah koordinasi BumDes Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang, Jawa Barat yang belum faham tentang teknologi informasi digital. Tetapi, pada kegiatan pengabdian tersebut para pelaku UMKM di bawah koordinasi BumDes Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang, Jawa Barat memiliki minat dan keinginan yang kuat untuk belajar mengenal digital marketing. pada jaringan internet dan kemampuan mengikuti perkembangan teknologi informasi serta tata caranya pemasaran secara online.

Adanya binaan dari Team Pengabdian Masyarakat FEB berdampak adanya peningkatan produk yaitu penambahan baru produk (diversifikasi produk) produk meningkat sesuai dengan segmentasinya dibagi kedalam kelas pengguna; adanya pemfokusan produk berdasarkan spesifikasi kemampuannya; serta mulai memanfaatkan digitalisasi disetiap kegiatan Marketing dari mulai

### **Saran**

Saran yang dapat diberikan sehubungan dengan kegiatan pengabdian masyarakat ini, adalah sebagai pelaku UMKM di bawah koordinasi BumDes Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang, Jawa Barat diharapkan dapat memasarkan produk dengan baik agar penurunan tingkat pemasaran saat pandemi Covid-19 dapat teratasi, serta adanya pemahaman digital marketing, UMKM di Indonesia khususnya Kabupaten Sumedang dapat memperoleh pemahaman tentang digital marketing yang lebih baik dan dapat memajukan Perekonomian UMKM Model pelatihan seperti ini juga dapat dijadikan sebagai model pendampingan pelengkap bagi instansi pemerintahan yang rutin mengadakan pembinaan UMKM, dengan menambahkan aspek monitoring dan evaluasi secara berkala untuk mengukur efektivitas pelatihan dan pendampingan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Fajria, H. (2020). Desa Sebagai Pilar Pemulihan Ekonomi Nasional Pasca Covid-19: Membangun Desa dan Menangkap Peluang BUMDES. FEB UI. <https://www.feb.ui.ac.id/blog/2020/06/13/desa-sebagai-pilar-pemulihan-ekonomi-nasional-pasca-covid-19-membangun-desa-dan-menangkap-peluang-bumdes>
- Hidayana, B., Kutanegara, P. M., Setiadi, S., Indiyanto, A., Fauzanafi, Z., Nugraheni, M. D. F., Sushartami, W., & Yusuf, M. (2019). Participatory Rural Appraisal (PRA) untuk Pengembangan Desa Wisata di Pedukuhan Pucung, Desa Wukirsari, Bantul. *Bakti Budaya*,
- Janosik, S. M. (2005). PENGERTIAN WIRUSAHA DAN WIRASWASTA BERDASARKAN PARA AHLI. *NASPA Journal*, 42(4), 1.
- Janosik, S. M., Creamer, D. G., Kowalski, G.J. (2005). *Intellectual and interpersonal competence between sibling: the college years kyle felps draucker*. Thesis. Virginia: Departement of Educational Leadership and Policy Studies. Virginia Polytechnic Institute and State University. Colquitt, J., LePine, J., & Wesson, M. (2018). *Organizational Behavior: Improving Performance and Commitment in the Workplace* (6th ed.). McGraw-Hill.
- Nisa, C., Wulandjani, H., Dian Riskarini, & Naomi Meidiawaty Situmorang. (2021). Memaksimalkan Program Smart Village Melalui Implementasi Pemasaran Digital bagi Warga Desa Kemuning. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 2(2), 137-144. <https://doi.org/10.35814/suluh.v2i2.1909>
- Pratama, M. I. (2017). PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA (Universitas Widyatama).
- Teddy Setiawan, Dwinanto Priyo Susetyo, & Eka Pranajaya. (2021). EDUKASI LITERASI DIGITAL : PENDAMPINGAN TRANSFORMASI DIGITAL PELAKU UMKM SUKABUMI PAKIDULAN. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7), 1599–1606. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/692>