

## **Pelatihan Platform Digital Marketing Untuk Promosi Produk UMKM Koperasi Wanita Atsiri Citayam**

**Sunarti\*<sup>1</sup>, Dewi Ayu nur Wulandari<sup>2</sup>, Resti Lia Andharsaputri<sup>3</sup>, Frans Edward Schadu<sup>4</sup>**

\*1, 2, 3, 4 Sistem Informasi Kampus Kota Bogor, Teknik dan Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika  
Jl. Kramat Raya No.98 Kwitang Senen  
Jakarta Pusat, Indonesia  
sunarti.sni@bsi.ac.id<sup>1</sup>, dewi.dan@bsi.ac.id<sup>2</sup>, resti.ria@bsi.ac.id<sup>3</sup>, frans.fes@bsi.ac.id<sup>4</sup>  
(\* ) Corresponding Author

### **Abstract**

*Micro, small and medium enterprises (MSMEs) play the most crucial role in improving the economy and prospering together. Competitiveness and product marketing cause economic actors to exist still and can compete widely. The coronavirus illness (COVID-19) has been labelled a non-natural catastrophe by the government. The government implements measures that impose significant social limitations. This circumstance affects SMBs. MSME actors are trying to survive, progress, and even continue to grow, but some of the problems they face are restrictions on physical and social activities, sales are still conventional, and the lack of updated technology information for product promotion. Partners of this activity are MSMEs joining the Atsiri Citayam women's cooperative. Community service activities were held in training on digital marketing platforms for product promotion to resolve the issue. Facebook Fanpage and Facebook Ads as a digital marketing platform provide a solution because it is currently effective for product promotion and as a business opportunity. The method used is training with lectures and direct practice, application assistance, and training materials. This activity aims to provide solutions to problems by partners in the sustainability of their business during the pandemic, increase knowledge and insight about digital marketing platforms, and create new business opportunities for the progress of their business. By participating in knowledge service activities, partners increase the use of digital marketing technology and a 100% satisfaction level based on filling out the questionnaire provided.*

**Keywords:** training; digital marketing platforms; promotion product; MSME

### **Abstrak**

Usaha mikro, kecil dan menengah(UMKM) memegang peranan terpenting peningkatan ekonomi dan sejahtera bersama-sama. Daya saing dan pemasaran produk penyebab para pelaku ekonomi tetap eksis dan dapat bersaing luas. Saat ini, pemerintah telah menyatakan coronavirus disease(COVID-19) seperti musibah non alam. Pemerintah memberikan kebijakan dengan pembatasan sosial berskala besar. Kondisi tersebut berimbas pada pelaku UMKM. Pelaku UMKM berupaya untuk bertahan, maju bahkan terus berkembang, namun beberapa masalah yang dihadapi seperti pembatasan aktivitas secara fisik dan sosial, penjualannya masih konvensional, dan kurangnya informasi teknologi terupdate untuk promosi produknya. Mitra kegiatan ini para UMKM bergabung pada koperasi wanita Atsiri Citayam. Untuk menghadapi masalah diadakan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan platform digital marketing untuk promosi produk. Penggunaan fanpage facebook dan facebook Ads sebagai platform digital marketing memberikan solusi karena saat ini efektif untuk promosi produk dan dijadikan peluang usaha. Metode yang digunakan pelatihan dengan ceramah dan langsung praktek, pendampingan secara aplikatif dan memberikan bahan materi pelatihan. Tujuan kegiatan ini memberikan solusi dari permasalahan oleh mitra dalam keberlanjutan usahanya dimasa pandemi, menambah pengetahuan dan wawasan mengenai platform digital marketing serta menciptakan peluang usaha baru demi kemajuan usahanya. Dengan mengikuti kegiatan pengabdian pengetahuan mitra meningkat dalam penggunaan teknologi digital marketing dan tingkat kepuasan 100% berdasarkan pengisian kuesioner yang diberikan.

**Kata kunci:** pelatihan; platform digital marketing; promosi produk; UMKM

### **1. PENDAHULUAN**

Usaha mikro, kecil dan menengah(UMKM) memegang peranan terpenting peningkatan ekonomi dan sejahtera bersama-sama. Daya saing dan pemasaran produk penyebab utama bagi para pelaku ekonomi untuk tetap eksis dan dapat bersaing luas. Berdasarkan pada data statistik menunjukkan jumlah unit UMKM di Indonesia mendekati diangka 99,98% dari total unit usaha dengan kontribusi sebanyak 56% dari total produk domestik bruto

(PDB) di Indonesia. Data tersebut mencerminkan tingginya signifikansi peran UMKM bagi pemerataan ekonomi di Indonesia (Layyinaturrobaniyah & Muizu, 2017). Besarnya peran UMKM dalam pengembangan ekonomi nasional mendorong pemerintah untuk melakukan penyesuaian kebijakan ekonomi nasional dengan mendorong terciptanya iklim usaha yang akomodatif bagi UMKM (Putra, Taranggana Gani (FISIP, 2015). UMKM menjadikan potensi besar untuk tumbuh dan berkembang demi peningkatan taraf hidup banyak orang, terbukti dengan keberadaan UMKM yang mencerminkan wujud nyata kehidupan sosial dan ekonomi paling besar pada penduduk Indonesia (Layyinaturrobaniyah & Muizu, 2017).

Saat ini, pemerintah telah menyatakan *coronavirus disease* (COVID-19) seperti musibah non alam (Zahrotunnimah, 2020). Pemerintah memberikan kebijakan dengan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Seluruh sudut kegiatan dibatasi oleh virus ini. Bidang ekonomi, pendidikan, pariwisata pun terjadi demosi dengan drastis. Keadaan yang demikian, pemerintahan menggalakan penyusunan pedoman untuk membrantas virus tersebut. Tujuan yang dijalankan ini mempertimbangkan fakta bahwa angka yang terkena virus menunjukkan peningkatan. Tentu saja, pemerintah tidak ingin virus berkembang lebih jauh, mengingat Indonesia secara geografis berbatasan dengan negara-negara yang terkena virus corona tersebut (Suni, 2020).

Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah para UMKM yang bergabung pada koperasi wanita Atsiri Citayam. Mitra mempunyai visi yaitu meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Sedangkan misinya yaitu memajukan koperasi wanita Atsiri Citayam menjadi gerakan ekonomi rakyat. Produk usaha yang dihasilkan adalah hasil produksi dari UMKM tersebut. Beberapa produknya adalah 80% didominasi *Food & Beverage* atau kuliner, ikan, bidang fashion seperti kerajinan, frozen food, makanan dan minuman. Seperti pada gambar 1. dibawah ini salah satu jenis usaha frozen food dari mitra.



Gambar 1. Salah satu usaha UMKM frozen food

Penyebaran virus yang semakin meningkat dan kebijaksanaan pemerintah maka berimbas pada para UMKM. Para UMKM berupaya untuk bertahan, maju bahkan terus berkembang, namun beberapa masalah yang dihadapi seperti pembatasan aktivitas secara fisik dan sosial (Rau, Kaseke, & Kairupan, 2021) (Napitu, Corry, & Matondang, 2021), penjualannya masih konvensional (Naimah, Wardhana, Haryanto, & Pebriyanto, 2020) (Harto, Pratiwi, Utomo, & Rahmawati, 2019) (Nurani, Eni Widhajati, Eni minarni, & Mukhamad Eldon, 2021) dan kurangnya informasi teknologi terupdate untuk promosi usaha (Rini & Arini, 2019) (Veranita, Syahidin, & Gunardi, 2018). Untuk menghadapi masalah tersebut diadakan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan platform digital marketing untuk promosi produk dan menjadikan adanya peluang usaha bagi para UMKM. Karena perlu diketahui UMKM memiliki peran yang dapat mempengaruhi pembangunan perekonomian di Indonesia (Veranita et al., 2018).

Tingginya tingkat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berdampak di segala bidang, termasuk pengaruh terhadap gaya hidup dan perilaku konsumen. Hal ini juga berakibat di dunia pemasaran, adanya pergeseran dari cara konvensional ke cara digital (Yacob & Mustajab, 2020). Banyak sekali jenis platform digital marketing seperti facebook, instagram, youtube, whatsapp, dan line. Pada kegiatan pengabdian ini memberikan pelatihan penggunaan platform digital marketing penggunaan facebook pada mitra. Saat ini facebook merupakan salah satu pengguna media sosial terbesar di Indonesia, sehingga penjualan di facebook sangat efektif dengan

perkembangan teknologi saat ini. Awal adanya facebook dipergunakan pada jejaring sosial, namun saat ini tumbuh lebih dan perkembangannya digunakan untuk bisnis untuk promosi produk-produknya. Dengan menggunakan facebook Ads dan fanpage facebook dapat dijadikan tempat jualan dengan jangkauan ribuan pengguna media tersebut tanpa menjadi teman (Aznuriyandi, 2019).

Tujuan kegiatan ini memberikan solusi dari permasalahan oleh mitra dalam keberlanjutan usahanya dimasa pandemi, menambah pengetahuan dan wawasan mengenai platform digital marketing serta menciptakan peluang usaha baru demi kemajuan usahanya. Dengan pemanfaatan teknologi digital marketing yang efektif maka akan memberikan manfaat yang luar biasa bagi penggunaanya.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat bertema pelatihan platform digital marketing untuk promosi produk UMKM Koperasi Wanita Atsiri Citayam. Kegiatan ini diselenggarakan secara insidental, dibulan September 2021.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan ada lima tahapan-tahapan yaitu: tahapan pertama adalah melakukan Analisa masalah dan identifikasi kebutuhan mitra. Sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, diadakan diskusi dengan perwakilan koperasi wanita Atsiri Citayam. Dalam diskusi ini membahas tentang permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan kegiatan dan aktifitas usaha yang dilakukan mitra untuk kemajuan UMKM di koperasi wanita Atsiri Citayam. Hasil dari kegiatan ini mendapatkan kesimpulan tentang solusi dari masalah yang dihadapi oleh mitra.

Pada gambar 2. tersebut adalah lokasi dari mitra. Dilokasi tersebut tim pengabdian melakukan diskusi sebelum kegiatan pengabdian dimulai.



Gambar 2. Google Maps Lokasi Mitra

Lokasi mitra beralamat di Jalan Sedap Malam Raya No. 45. RT 01/RW 12, Perumahan Atsiri Permai, Desa Ragajaya, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten Bogor.

Tahap kedua adalah membuat modul pelatihan. Tahap ini akan dilakukan pembuatan modul terkait materi pelatihan yang akan disampaikan pada saat kegiatan pelatihan pengabdian. Modul yang akan dibuat adalah modul pelatihan platform digital marketing untuk promosi produk UMKM Koperasi Wanita Atsiri Citayam.

Tahap ketiga adalah pendampingan pelaksanaan pelatihan. Semua kegiatan pelatihan dilakukan akan didampingi secara aplikatif oleh tim pengabdian dengan menghadirkan tutor berkompeten sesuai dengan materi pelatihan yang akan dilakukan. Kegiatan dilaksanakan secara daring melalui aplikasi zoom meeting.

Tahap ke empat adalah pembuatan publikasi kegiatan publikasi kegiatan. Tahapan ini salah satu target luaran dalam kegiatan ini. Publikasi kegiatan ini akan dilakukan melalui artikel pada media massa secara online.

Tahap kelima pembuatan laporan kegiatan. Tahapan ini berisi tentang pembuatan laporan akhir terkait dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan mengikuti prosedur yang telah ditentukan.

Metode yang dipergunakan pada kegiatan pengabdian ini adalah:

#### 1. Pelatihan

Untuk pelatihan yang dilakukan pada mitra ada dua cara yang antara lain:

- a. Ceramah menjelaskan mengenai jenis-jenis platform digital marketing untuk pemasaran produk. Banyak sekali jenis platform dari digital marketing. Dengan adanya kegiatan ini mitra sangat antusias dan pentingnya penggunaan digital marketing untuk promosi produk UMKM dan dapat menciptakan peluang.
- b. Pemberian pelatihan disertai tutorial pembuatan platform digital marketing facebook. Kegiatan ini dilakukan langsung praktek penggunaan facebook dari pembuatan akun sampai terbentuk halaman beranda facebook. Dijelaskan fungsi dari menu-menu yang ada pada facebook tersebut. Penggunaan dengan optimal maka hasil akan didapatkan.

#### 2. Pendampingan

Pendampingan dilaksanakan oleh tim pengabdian ke mitra, pendampingan dilakukan aplikatif. Tujuan dari pendampingan yang dilakukan untuk pendampingan ketika mitra tidak dapat menerima materi pelatihan. Secara aplikatif dilakukan dengan mengamati setiap mitra mengikuti materi dari tutor.

#### 3. Memberikan bahan materi pelatihan

Pemberian materi dengan tujuan materi yang sudah disampaikan, peserta dapat membaca kembali setelah kegiatan pengabdian selesai.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat bulan September 2021 dilaksanakan secara daring menggunakan aplikasi zoom meeting sesuai dengan arahan pemerintah selama pandemi Covid-19 agar menghindari kerumunan. Jumlah peserta yang hadir mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat sebanyak 12 peserta. Peserta kegiatan merupakan para UMKM Koperasi Wanita Atsiri Citayam. Selama kegiatan berlangsung diikuti dengan penuh antusias oleh peserta.

#### a. Instrument pelaksanaan

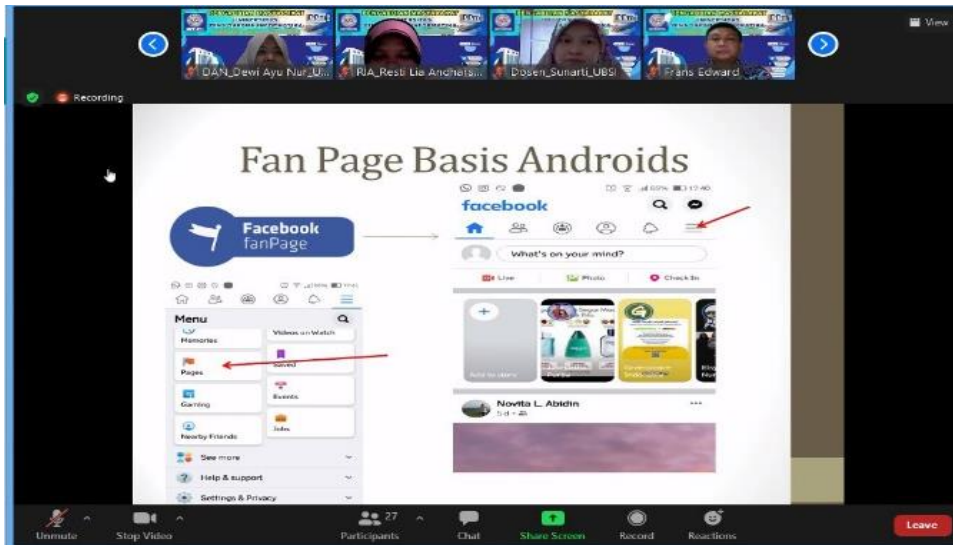
Peralatan dan bahan yang digunakan antara lain modul, link zoom meeting, laptop atau gadget berupa Handphone beserta paket data ataupun jaringan internet. Laptop atau Gadget ini berguna untuk media digital yang akan dibuat pelatihan dari platform digital marketing. Saat kegiatan berlangsung tutor menjelaskan materi dengan berbagi layar kepada peserta. Untuk tim lainnya melakukan pendampingan secara aplikatif. Walaupun secara daring namun kegiatan dapat berjalan lancar dan adanya antusias yang tinggi dari mitra.

#### b. Materi Pelaksanaan kegiatan

Pengabdian ini dilaksanakan pada 25 September 2021 secara daring dengan menggunakan zoom meeting. Kegiatan dimulai dari jam 09.00-12.00. Sebelum acara dimulai dilakukan pengarahan kepada peserta untuk langsung mempraktekkan dengan perangkat yang sudah disiapkan. Peserta kegiatan ini adalah para UMKM Koperasi Wanita Atsiri Citayam dengan jumlah 12 peserta. Untuk tutor menyampaikan materi-materi pengabdian dengan tahapan:

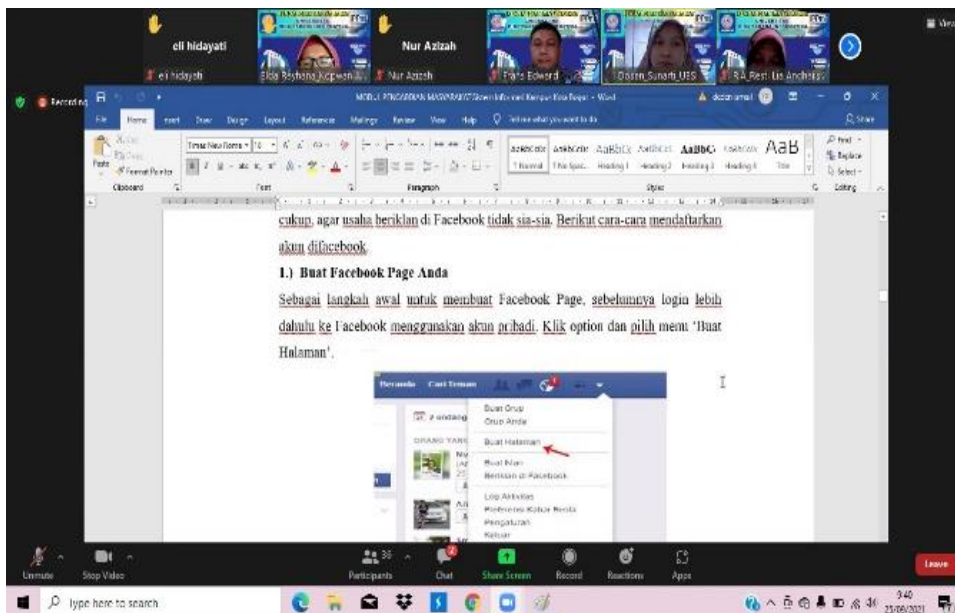
Tahap awal materi disampaikan tutor bahwa untuk promosi produk bisa menggunakan digital marketing. Banyak sekali digital marketing seperti facebook, instagram, youtube, whatsapp, dan line. Pada kegiatan pengabdian ini dijelaskan penggunaan platform digital marketing menggunakan facebook. Pada facebook ada yang namanya facebook fanpage. Banyak fitur yang ada pada fanpage facebook dan *user friendly*. Dijelaskan juga adanya fasilitas untuk memasang iklan atau facebook Ads, tentunya harus membayar jika menggunakan fitur ini, tentunya harus memahami trik-trik yang efektif untuk penggunaannya. Diera teknologi canggih banyak sekali manfaat penggunaan facebook fanpage maupun facebook Ads bisa menjadi peluang usaha para UMKM. Materi dijelaskan dari pembuatan akun hingga pembuatan fanpage yang langsung digunakan untuk promosi produk. Seperti terlihat pada gambar 3. dibawah ini tutor menjelaskan materi dari tahapan awal hingga akhir dengan jelas dan clear.





Gambar 3. pemberian materi fanpage facebook

Setelah tahap penyampaian materi berikut ketahap tanya jawab. Terlihat pada gambar 4. antusias belajar dari peserta mengenai materi yang diberikan. Banyak pertanyaan-pertanyaan dari kegiatan ini. Dari pertanyaan yang diberikan disimpulkan bahwa materi yang diberikan merupakan hal baru buat peserta. Walaupun sudah banyak menggunakan facebook, namun belum mengetahui manfaat selain untuk jejaring sosial. Dengan hanya memanfaatkan smartphone maka akan menghasilkan peluang dan menjadikan media promosi dengan mudah dan praktis. Hasil dari kegiatan pelatihan ini pengetahuan peserta meningkat mengenai digital marketing, peserta dapat langsung mempraktekkan dari materi yang diberikan. Dengan dilakukan pendampingan secara aplikatif peserta dapat membuat fanpage facebook maupun menggunakan facebook Ads.



Gambar 4. Sesi pertanyaan dari peserta

Akhir dari kegiatan pengabdian dilakukan foto bersama untuk dokumentasi oleh tim pengabdian dengan peserta dan dapat gambar 5. dibawah ini.



Gambar 5. Sesi foto bersama

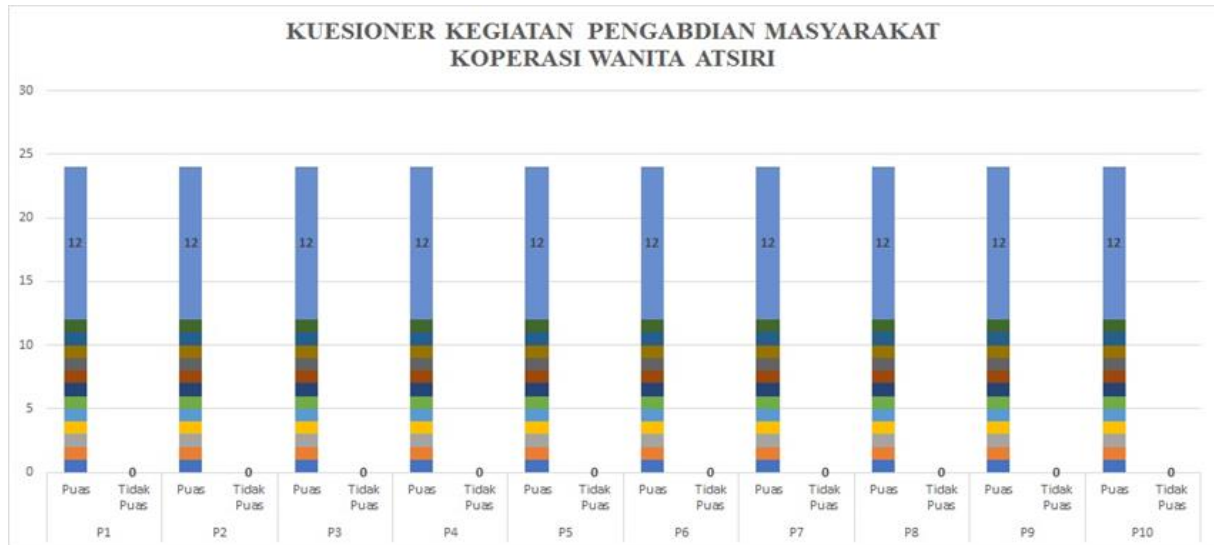
Beberapa kendala yang dialami dalam kegiatan ini adalah sambungan zoom yang terkadang terputus karena jaringan yang tidak stabil. Dengan kondisi tersebut materi yang disampaikan menjadi terdengar kurang jelas dan harus berulang. Untuk antisipasi hal tersebut tim pengabdian melakukan pendampingan dan menyediakan modul pelatihan yang diberikan kepada peserta.

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berakhir, peserta diberikan kuesioner untuk bahan evaluasi selama kegiatan berlangsung. Kuesioner diberikan secara *online* melalui *google form*. Pertanyaan-pertanyaan berisikan pilihan jawaban puas atau tidak puas dari kegiatan yang dilakukan. Perolehan jawaban dari kuesioner yang terisi diperoleh bahwa peserta merasa puas dengan adanya kegiatan pelatihan platform digital marketing ini. Tabel 1. dibawah ini adalah isian dari kuesioner berupa pendapat dan saran dari peserta pengabdian masyarakat.

Tabel 1. Pendapat dan Saran dari Peserta Kegiatan

No	Data Responden			Jawaban	
	Nama Responden	L/P	Umur	Pendapat	Saran
1	Sri Rejeki	P	< 30	Menyenangkan	Bahas Pajak UMKM Pak
2	Eli Hidayati	P	< 30	Puas	Di adakan lagi
3	Adyati	P	< 30	Sangat bermanfaat	Semoga diadakan acara serupa
4	Sri Rejeki	P	< 30	Kompak dan maju	Bahas bukalapak dan shopee
5	Elda	P	< 30	Luar biasa	Tidak ada saran
6	Susi Wijayanti	P	< 30	Terima kasih ilmunya	Semoga ada materi lain
7	Hosia	P	< 30	Sangat menarik	Lanjutkan
8	Harlin Nurbayati	P	< 30	Semoga lebih keren	Tidak ada
9	vera Juliana	P	< 30	Sangat bagus	Tingkatkan lagi
10	Rodijah	P	< 30	Lebih sering	Harapan agar tatap muka
11	Retno Kusmiah	P	< 30	Sangat puas Bapak Ibu	Tatap muka
12	Endah Setyawati	P	< 30	Sangat bermanfaat	Lanjutkan bahas materi lain
<b>Total</b>					<b>12</b>

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh peserta kegiatan pengabdian masyarakat kemudian diolah dan ditampilkan dalam bentuk grafik seperti gambar 6. Maka dapat disimpulkan bahwa peserta sangat puas seratus persen dengan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Peserta kegiatan memberikan pendapat dan saran yang positif untuk kemajuan kegiatan pengabdian masyarakat ini.



Gambar 6. Grafik Hasil Kuesioner

Para UMKM Koperasi Wanita Atsiri sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini sangat berperan aktif, mulai dari tahap persiapan dan konsolidasi, mitra sangat mudah di hubungi. Mitra juga membantu untuk mengkoordinasi pelaksanaan kegiatan dengan peserta, sehingga pada saat kegiatan dilaksanakan, peserta dapat hadir, aktif dan mengikuti kegiatan ini sampai akhir.

#### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, bertambahnya pengetahuan mitra mengenai platform digital marketing. Kuesioner yang diberikan diakhir sesi penyampaian materi ditanggapi positif oleh peserta. Pada kuesioner menunjukkan bahwa mitra puas 100% terhadap pelatihan yang dilakukan karena sesuai dengan kebutuhan peserta, cara menyampaikan materi oleh tutor dimengerti oleh peserta, materi yang disampaikan dapat menambah wawasan serta pengetahuan bagi peserta. Para peserta juga mengharapkan kegiatan ini dapat berkelanjutan dengan memberikan materi-materi yang berkaitan dengan teknologi informasi yang lebih *update*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aznuriyandi, A. (2019). Pelatihan Internet Marketing (Facebook ADS) Wirausaha Muda Di Rumbai. *Diklat Review : Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan*, 2(3), 255–259. <https://doi.org/10.35446/diklatreview.v2i3.330>
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i1.3033>
- Layyinaturrobianyah, L., & Muizu, W. O. Z. (2017). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Di Desa Purwadadi Barat Dan Pasirbungur Kabupaten Subang. *PEKBIS (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis)*, 9(2), 91–103. Retrieved from <https://pekbis.ejournal.unri.ac.id/index.php/JPEB/article/viewFile/4419/4229>
- Naimah, R. J., Wardhana, W. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Impact: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Napitu, U., Corry, & Matondang, M. K. D. (2021). Sosialisasi pembatasan pelaksanaan kegiatan masyarakat (PPKM) mikro di kelurahan bah Kapul. *Community Development Journal*, 2(2), 232–241.
- Nurani, N., Ani Widhajati, Ani minarni, & Mukhamad Eldon. (2021). Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung. *Janita : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 45–52. <https://doi.org/10.36563/pengabdian.v1i1.260>
- Putra, Taranggana Gani (FISIP, U. A. (2015). Peran Pemerintah Daerah Dan Partisipasi Pelaku Usaha Dalam Pengembangan UMKM Manik-Manik Kaca di Kabupaten Jombang. *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen*

*Publik*, 3(April), 1–10.

- Rau, E. P. E., Kaseke, M. M., & Kairupan, B. H. R. (2021). Analisis Perilaku Aktivitas Fisik selama Pembatasan Sosial pada Dewasa Muda. *E-CliniC*, 9(2), 437. <https://doi.org/10.35790/ecl.v9i2.34434>
- Rini, E. S., & Arini, N. W. S. (2019). Pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi produk hasil kerajinan Dynler (Dainy Leather). *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah ...*, 2(1), 118–123.
- Suni, N. S. P. (2020). Kesiapsiagaan Indonesia Menghadapi Potensi Penyebaran Corona Virus Disease. *Jurnal Info Singkaat*, XII(3), 13–18.
- Veranita, M., Syahidin, Y., & Gunardi, G. (2018). Mengembangkan Ukm Melalui Pelatihan Internet Marketing Di Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 1(1), 41–48. <https://doi.org/10.31092/kuat.v1i1.461>
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E- Commerce. *Jurnal Manajemen Dan Sistem Informasi (Manajerial)*, 12(2), 198–209.
- Zahrotunnimah, Z. (2020). Langkah Taktis Pemerintah Daerah Dalam Pencegahan Penyebaran Virus Corona Covid-19 di Indonesia. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(3), 247–260. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15103>

