

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM UPAYA PENINGKATAN KAPASITAS PENJUALAN UMKM DESA BUANA KEC JAYA TANJUNGSARI BOGOR DENGAN KARAKTER SOCIO ENTREPRENEUR

B. Retno Pratiwi Sakti¹, Vivi Ristanti²

¹Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
E-mail: retnopratiwisaktidedi@gmail.com

²Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
E-mail: Vi.ristanti17@gmail.com

Abstrak

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan salah satu bentuk implementasi yang telah dilaksanakan bersama kelompok warga desa Buana Jaya, dimana ada kebutuhan pelatihan dan pendampingan dalam upaya pemasaran produknya. Di era yang sama pula saat ini mereka harus mengikuti perkembangan zaman. Untuk maksud tersebut maka diperlukan strategi pemasaran digital dalam yang diharapkan akan meningkatkan kapasitas penjualan produk UMKM Desa Buana Jaya Kecamatan Tanjungsari. Nara Sumber pada kegiatan ini adalah Ibu B. Retno Pratiwi Sakti dan ibu Vivi Ristanti yang adalah akademisi dari Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti Program Studi Strata Satu. Kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Juni 2023 sebanyak 60 peserta yang mengikuti kegiatan. Sasaran yang dituju adalah warga Desa Buana Jaya Dusun Cibereum. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini hasil dari tindak lanjut dari penelitian mahasiswa sebelumnya terkait dengan pengenalan strategi pemasaran digital berbasis socio-technopreneur dimana desa Buana Jaya khususnya warga Dusun Cibereum diharapkan mampu meningkatkan kualitas pemasaran produk UMKNya serta bisa mampu bersaing dengan dunia bisnis lainnya terkait dengan ekonomi dan kesejahteraan warga desanya.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, UMKM, *Socio-entrepreneur*

Abstract

The implementation of this community service activity is one form of implementation that has been carried out with a group of Buana Jaya village residents, where there is a need for training and assistance in marketing their products. In the same era, they now have to keep up with the times. For this purpose, a digital marketing strategy is needed which is expected to increase the sales capacity of Micro, Small and Medium Enterprise (MSME) products in Buana Jaya Village, Tanjungsari District. The resource persons for this activity were Mrs. B. Retno Pratiwi Sakti and Mrs. Vivi Ristanti who are academics from the Budi Bakti College of Management Science, Undergraduate Study Program. This community service activity was carried out in June 2023 with 60 participants taking part in the activity. The intended targets were residents of Buana Jaya Village, Cibereum Hamlet. The results of this community service activity are the result of a follow-up to previous student research related to the introduction of sociolect-technopreneur-based on digital marketing strategies where the Buana Jaya village, especially the residents of Cibereum Hamlet, are expected to be able to improve the marketing quality of their MSME products and be able to compete with other related business worlds. with the economy and welfare of its village residents.

Keyword: Digital Marketing, UMKM, Socio-entrepreneur

PENDAHULUAN

Membangun ekonomi desa adalah memandirikan ekonomi desa. Masyarakat desa bisa sejahtera dan pemerintahan desa bisa menjadi pelayanan dan penggerak ekonomi desa. Menurut Lincoln Arsyad, pembangunan ekonomi pedesaan merupakan suatu proses dimana pemerintah desa dan masyarakat mengelola sumberdaya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah desa dengan sektor swasta untuk menciptakan lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi (*pertumbuhan ekonomi*) di wilayah tersebut.

Meningkatkan perekonomian desa untuk kemakmuran masyarakat desa sudah menjadi kewajiban pemerintah daerah (Senjani, 2019 dalam Izzalqurny et al., 2021). Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang salah satu kewenangan kepala desa, yaitu membina dan meningkatkan perekonomian desa serta mengintegrasikannya untuk mencapai ekonomi skala produktif sebesar-besarnya kemakmuran masyarakat desa. Dalam meningkatkan perekonomian desa, perlu pengelolaan aset desa secara efisien, efektif, dan dengan integritas penuh, serta mengutamakan kemakmuran masyarakat desa. Dewi et al. (2017) dalam (Izzalqurny et al., 2021) Sebutkan bahwa pengelolaan siklus hidup aset diperlukan untuk mencapai pemanfaatan aset desa secara maksimal. Saputra et al. (2019) dalam (Izzalqurny et al., 2021) menambahkan bahwa pengelolaan pendapatan asli desa perlu dilakukan dalam meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat desa. Sementara itu, peningkatan pendapatan asli desa membutuhkan kerja sama antara pemerintah daerah dan Masyarakat.

Tidak semua desa memiliki perekonomian yang Makmur. Dari data Badan Pusat Statistik dalam 7 tahun atau 2015-2022, jumlah desa sangat tertinggal berkurang 9.015 desa dari 13.453 desa menjadi 4.438 desa. Sedangkan desa tertinggal berkurang 24.354 desa dari 33.592 menjadi 9.238 desa. "Kemudian desa berkembang bertambah 11.011 desa dari 22.882 menjadi 33.893," (<https://bandung.kompas.com> diakses 14 September 2023).

Dari data tersebut dapat diketahui masih banyak desa tertinggal yang perlu dibantu baik dari segi ekonomi terutama dari Pendidikan dalam memajukan kualitas sumber daya manusia. Masyarakat percaya, bahwa semakin tinggi jenjang pendidikan yang dilalui, akan semakin baik taraf kehidupannya nanti. Tuhan pun meninggikan derajat manusia yang beriman dan berilmu pengetahuan. Karena itu, banyak orang yang ingin menempuh pendidikan setinggi-tingginya, dan tentu saja melalui jenjang pendidikan tinggi.

Desa Buanajaya adalah salah satu desa di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Bogor dengan pemekaran dari Desa Antajaya ketika itu penduduknya sudah mencapai kurang lebih 5.250 jiwa yang tersebar di wilayah yang begitu luas, sehingga pelaksanaan Pemerintah kurang efektif alias kurang terjangkau. Desa Buanajaya luas wilayahnya 2.274,2 Ha, terdiri dari 8 RW, 17 RT dan 4 Dusun diantaranya Dusun Cimapag, Dusun Wangun Dusun Cibeureum dan Dusun Cigulingan dengan batas-batas wilayah sebagai berikut: Batas Desa Kecamatan Kabupaten Sebelah Utara Antajaya Tanjungsari Bogor, Sebelah Selatan Mekargalih Cikalongkulon Cianjur, Sebelah Timur Cigunungherang Cikalongkulon Cianjur, Sebelah Barat Sirnarasa Tanjungsari Bogor. Jarak dari Desa Buanajaya ke ibu kota Kecamatan Tanjungsari 4,3 Km, jarak ke ibu kota Kabupaten Bogor 73 Km. Desa Buanajaya merupakan desa yang berada didaerah dataran Pegunungan dengan ketinggian ± 200–500 meter diatas permukaan laut (mdpl). Sebagian besar wilayah desa adalah lahan pertanian/sawah/tegalan dengan permukaan tanah datar 29 persen, berbukit-bukit 61 persen dan lereng 10 persen. Pada umumnya lahan yang berada atau terdapat di Desa Buanajaya digunakan secara produktif, karena merupakan lahan yang subur terutama untuk lahan pertanian, jadi hanya sebagian kecil saja yang tidak dimanfaatkan oleh warga, hal ini pula menunjukkan bahwa kawasan Desa Buanajaya adalah daerah yang memiliki sumber daya alam yang memadai. hasil sensus Penduduk Tahun 2022 tercatat sebanyak 5.719 jiwa.

Dusun sasaran BAKTI DESA: Dusun Wangun terdiri dari 4 RT dengan Jumlah 1.283 Jiwa terbagi 444 KK dan Dusun Cibeureum terdiri dari 4 RT dengan jumlah 1.194 Jiwa terbagi 405 KK.

Aktifitas ekonomi masyarakat diantaranya pengrajin tas Wanita, memiliki dan mengelola kebun kopi, berkebun umbi pisang, rempah-rempah, dan memiliki potensi wisata.

Di desa Buana Jaya dusun Cibereum ini memiliki kekayaan mengenai kopi yang secara melimpah, tetapi mereka belum mengetahui mengenai peluang kopi yang dijual jadi. Mereka menjual kopi tersebut yang sudah di jemur kepada tengkulak dengan harga Rp. 30.000 per kilogram. Tidak hanya kopi saja, melainkan disana banyak sekali potensi seperti gula aren, tas, dan juga kripik pisang yang dimana mereka menjual semua hasil ke tengkulak dan koperasi saja.

Gula aren yang dihasilkan di dusun cibereum ini, diambil dari gunung yang dimiliki oleh perhutani. Lalu di masak sekitar ± 10 jam. Lalu di cetak dengan bambu andong yang hasilnya sekitar $\frac{1}{2}$ kilo gram seharga Rp. 10.000 kepada tengkulak / cetakan. Dan jika dijual ke orang lain harganya Rp. 12.000.

Sedangkan tas yang dihasilkan oleh bapak wayang yang bekerja di konfeksi rumahan. Dengan hasil yang ia dapat hanya Rp. 85. 000/ lusin tas. Modal yang dikeluarkan semuanya oleh bos yang memberikan modal mulai dari mesin bahan dan lain-lainnya.

METODE

Dalam kegaitan ini metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yaitu meotde penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan dianalisis yang bersifat kualitatif lebih menekan kepada makna (Sugiyono, 2022). Kemudian mendata Desa Buana Jaya untuk dikunjungi khususnya di Dusun Cibereum. Selanjutnya mengunjungi kedaerah-daerah dengan mengimplementasikan kepada Kepala Desa Buana Jaya bagaimana jika Desa Buana Jaya membuat program Pelatihan di Dusun Cibereum yang tujuannya penguatan sumber daya manusia Masyarakat Desa Buana Jaya Dusun Cibereum. Kegiatan pengabdian terlaksana dengan lancar dan diikuti sebanyak 26 Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti. Sedangkan Teknologi yang digunakan dalam penyelesaian masalah adalah :

Tabel 1. Teknologi yang digunakan dalam penyelesaian masalah

No	Teknologi	Tujuan
1	Pelatihan Penggunaan Sistem <i>Marketplce</i>	
2	Pelatihan Pembuatan <i>Flyer Digital</i>	untuk pemasaran produk secara digital
3	Pelatihan Pembuatan <i>Video Produk</i>	
4	Pelatihan Pembuatan <i>Content Write</i>	

Kelompok sasaran dan permasalahannya dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Kelompok Sasaran dan Permasalahannya

Kelompok Sasaran	Permasalahan
UMKM dusun Cibeurem, desa Buana Jaya	<p>Aspek Produksi : Belum tersedianya/belum mampunya pelaku usaha UMKM dalam pemamfaatan sistem marketplace untuk penjualan produk, membuat konten marketplace serta teknik penjualan menggunakan marketplace, belum mampunya dalam pembuatan flyer digital, pembuatan video produk serta pembuatan content copy write.</p> <p>Aspek Penjualan : Belum tersedianya/belum mampunya menggunakan teknik penjualan menggunakan marketplace dengan konten-konten tepat sasaran</p> <p>Aspek Pemasaran : Belum Mampunya menggunakan fasilitas sistem pemasaran menggunakan marketplace untuk meningkatkan omset penjualan dengan sasaran target pasar adalah pengguna produk yang di buat.</p>

Menurut Rangkuti (2015) matrik SWOT dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, dimana setiap hubungan tersebut diberikan solusi strategis yang harus dilakukan.

Tabel 3. Matriks SWOT

INTERNAL	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas kopi local, gula aren, keripik pisang, tas, cengkih dan wisata air terjun di desa cibereum sangat baik 2. Kapasitas produksi UKM konstan 3. Dapat memperkenalkan hasil UMKM khalayak luas 4. Kontinuitas produk dapat menjadi luas jika dikembangkan 5. Adanya peningkatan kebutuhan kopi 6. Bahan baku melimpah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masih minimnya pengembangan produk kopi lokal, tas, gula aren dan keripik , dan wisata air terjun 2. Kurangnya pengawasan 3. Sarana produksi rendah 4. Modal usaha terbatas 5. Lokasi jauh dari pasar dan belum ada agen distribusi.
EKSTERNAL	STRATEGI	STRATEGI
OPPORTUNITIES (O) <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya beli masih tinggi 2. Bertambahnya populasi penduduk. 3. Perkembangan teknologi produksi 4. Perhatian pemerintah UKM dan UMKM. 5. Pola hidup masih sudah modern. 6. Pangsa pasar sangat luas 7. Kerjasama dengan distributor 8. Perkembangan internet. 9. Pendapatannya meningkat 10. Pola hidup modern 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harus memiliki pengetahuan dalam pengelolaan kopi mentah menjadi kopi jadi, pengetahuan dan optimalisasi mutu gula aren, pengetahuan tentang disain dan tren model tas serta mampu membaca selera konsumen, pengetahuan mutu cengkih, pengetahuan tentang modifikasi varian keripik pisang, pengelolaan wisata alam dan air terjun Curug Cibereum 2. Update trend teknologi informasi pada saat ini dengan penggunaan internetisasi 3. Melakukan kerja sama antar petani kopi untuk menghasilkan kopi jadi, petani cengkih cengkih, perajin perajin keripik pisang, dan perajin tas serta pemberdayaan potensi wisata curug Cibereum 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat brand produk kopi, gula aren, cengkih, tas, keripik dan potensi wisata air terjun yang mempunyai nilai jual serta mudah diingat. j 2. Mempromosikan produk UMKM ke market place atau social media lainnya.
TREATHS (T)	STRATEGI	STRATEGI
<ol style="list-style-type: none"> 1. Peroses rumit untuk 		

pinjaman modal.	1. Bekerjama dengan komunitas kopi Indonesia, gula aren, perajin tas, perajin keripik pisang dan pengenalan potensi wisata alam Curug Cibeureum melalui media social seperti facebook.	1. Pendekatan lebih intensif kepada lembaga keuangan dan perbankan
2. Fluktuasi harga bahan.	2. Aktif promosi “UMKM serta potensi wisata di social media	2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk UMKM dan pengembangan potensi wisata dengan sering mengikuti pelatihan yang berhubungan dengan kegiatan UMKM tersebut
3. Banyaknya pengepul di desa ini.	3. Banyak melakukan sosialisasi ke masyarakat mengenai kopi Buanajaya, cengkih, keripik pisang, tas , gula aren dan potensi wisata	
4. Persaingan kualitas dan kuantitas produk antar usaha kopi		

Untuk mencapai hasil yang maksimal dari Program KKN Reguler, maka Program Penyelesaian masalah harus jelas luaran untuk setiap program yang dilaksanakan, sehingga kelompok sasaran akan merasakan dampak positif dari pelaksanaan Program KKN Reguler. Adapun indikator digital marketing menurut Nasdini (2012) yaitu *Accessibility* (aksesibilitas), *Interactivity* (interaktivitas), *Entertainment* (hiburan), *Credibility* (kepercayaan), *Informativeness* (informatif).

Tabel 4. Indikator Ketercapaian Program KKN Reguler

No	Program	Target	Luaran
1	Pelatihan Penggunaan Sistem <i>Marketplace</i>	Meningkatnya kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan Sistem <i>Marketplace</i> untuk pemasaran produk secara digital	UMKM akan terdaftar melakukan promosi pada salah satu sistem <i>marketpace</i>
2	Pelatihan Pembuatan <i>Flyer Digital</i>	Meningkatnya ketrampilan pelaku UMKM dalam pembuatan <i>Flyer Digital</i> untuk mempromosi produk	UMKM akan menghasilkan minimal 1 produk <i>Flyer Digital</i> dengan desain yang berbeda
3	Pelatihan Pembuatan <i>Foto Produk</i>	Meningkatnya ketrampilan pelaku UMKM dalam membuat foto produk yang menarik dan Menjual	UMKM telah menghasilkan dokumentasi foto-foto produk yang menarik
4	Pelatihan Pembuatan <i>Content Write</i>	Meningkatnya ketrampilan pelaku UMKM dalam membuat konten-konten yang menarik di media sosial	UMKM akan menghasilkan konten-konten produk yang menarik di media sosial

Kegiatan KKN Reguler pengabdian ini rencananya dilaksanakan selama 2 minggu dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a) Persiapan dan Pembekalan Mekanisme pelaksanaan kegiatan KKN Reguler ini meliputi tahapan sebagai berikut :
 1. Perekrutan mahasiswa peserta KKN Reguler
 2. Melakukan pembekalan (coaching) terhadap mahasiswa
 3. Penyiapan sarana dan perlengkapan

Adapun materi persiapan dan pembekalan yang diberikan kepada mahasiswa mencakup beberapa hal sebagai berikut :

1. Peran dan fungsi mahasiswa dalam program KKN Reguler
2. Penjelasan panduan dan jadwal pelaksanaan program KKN Reguler

3. Penjelasan materi sosialisasi, pelatihan dan pendampingan
- b) Pelaksanaan
Pelaksanaan program KKN ini menggunakan volume pekerjaan yang dihitung dalam bentuk jam kerja efektif mahasiswa 336 jam kerja efektif dalam 14 hari, dimana rata-rata jam kerja efektif mahasiswa
- c) Rencana Keberlanjutan Program
Dalam Upaya menjaga keberlanjutan pelaksanaan program KKN ini, maka akan dilakukan kegiatan monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan dan luaran yang dihasilkan oleh UMKM apakah telah memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan usahanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengorganisasian Program Kerja

Penentuan program KKN di dusun Cibeureum Desa Buana Jaya, mahasiswa KKN melakukan pembicaraan dengan berbagai elemen baik itu pemerintah desa dan juga karang taruna. Hal ini dilakukan agar dalam pelaksanaannya mahasiswa dapat mencapai target yang diharapkan. Mengingat program inti mahasiswa KKN lebih dari satu program, maka telah dilakukan pembagian kelompok agar setiap program kerja inti dapat dicapai dengan maksimal.

Implementasi Program Kerja

Pengimplementasian program kerja mahasiswa dilaksanakan dengan bantuan aparat desa yang antusias untuk membantu mahasiswa KKN dalam menyelesaikan program inti, dalam mencapai program kerja yang telah disepakati bersama, kordes melakukan pembagian kelompok kerja sebagaimana yang telah dijelaskan diatas dimana pembagian tersebut bertujuan agar fokus untuk menjalankan program kerja lebih optimal.

Pengawasan Program Kerja

Pengawasan program kerja mahasiswa KKN dilakukan oleh dosen pembimbing lapangan (DPL) melalui laporan dari koordinator desa (kordes) dan juga melibatkan pemerintah desa. Kordes dalam hal ini sebagai orang yang diberi tanggung jawab dalam memonitoring kinerja dari seluruh mahasiswa kkn selalu memberikan informasi kepada DPL (dengan membentuk group whatsapp) terkait program kerja yang akan dilakukan. Hal ini terlihat disetiap hasil briefing yang dilakukan oleh mahasiswa yang kemudian dilaporkan kepada DPL melalui group social media. DPL selaku pembimbing lapangan juga melakukan pengawasan secara langsung di lokasi tempat pelaksanaan kegiatan mahasiswa dengan kunjungan tanpa pemberitahuan kepada mahasiswa untuk memonitoring keberadaan mahasiswa dilokasi KKN

Evaluasi Program Kerja

Dalam pelaksanaan program kerja mahasiswa kkn yang berlokasi di desa buana jaya kecamatan tanjungsari kabupaten bogor dilakukan selama 2 minggu. Dalam pelaksanaan evaluasi program kerja dievaluasi langsung oleh mahasiswa peserta kkn yang di pimpin oleh coordinator desa (kordes).

Realistis program kerja

1. Pembekalan (*coaching*) mahasiswa KKN
Pembekalan (*coaching*) mahasiswa ini yang dilaksanakan pada tanggal 14 juni 2023 di ruang kelas 104. Pada pembekalan ini manajemen kampus budi bakti memberikan arahan mengenai cara membuat program dari observasi sampai membuat sebuah, serta mekanisme pengantaran ke lokasi tersebut.



Gambar 1 Pembekalan untuk berangkat KKN

2. Pelepasan dan pengantaran mahasiswa ke lokasi KKN

Pelepasan dan pengantaran mahasiswa dilaksanakan di kampus budi bakti parung di ruang 102 pada tanggal 17 Juni 2023. Pelepasan diawali dengan pengarahan oleh ibu rina Fatimah selaku rektok kampus budi bakti.



Gambar 2. Pelepasan mahasiswa STIM Budi Bakti



Gambar 3. Pengantaran mahasiswa STIM Budi Bakti

3. Assasment dan observasi

Assasment dan observasi mahasiswa kkn ini dilakukan untuk mengetahui masalah yang terjadi di masyarakat. Pada assasment ini kami lakukan dari tanggal 18 Juni 2023.



Gambar 4. Assasment



Gambar 5. Assasment ke pabrik keripik

4. Bakti sosial

Bakti sosial ini dilakukan bersama, membantu pos yandu seroja pada tanggal 19 juni 2023, membantu membuat kripik pisang pada tanggal 23 juni 2023, membersihkan SD cibereum, dan membersihkan masjid pada tanggal 28 Juni 2023.



Gambar 6. Bakti Sosial Membantu Pembuatan Kripik

5. Penyuluhan

Penyuluhan dilakukan oleh kelompok 4 ini untuk memberikan pengetahuan mengenai informasi promosi UMKM menggunakan media sosial.



Gambar 7. Penyuluhan

KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini adalah hasil dari tindak lanjut dari penelitian mahasiswa sebelumnya terkait dengan pengenalan strategi pemasaran digital berbasis socio-technopreneur di desa Buana Jaya khususnya warga Dusun Cibereum. Selanjutnya diharapkan mampu meningkatkan kualitas pemasaran produk UMKM nya serta mampu bersaing dengan dunia bisnis yang lebih luas sebagai upaya peningkatan pendapatan warga dan kesejahteraan warga desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitain dan Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti yang telah membantu tim pengabdian dalam hal ini membiayai kegiatan pengabdian ini. Kemudian kami juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak Desa Buana Jaya khususnya masyarakat Dusun Cibereum dalam upaya meningkatkan kualitas pemasaran produk UMKM nya.

DAFTAR PUSTAKA

- DPMD Kabupaten Bogor. Desa Buanajaya Kecamatan Tanjungsari. <https://dpmd.bogorkab.go.id/desabogorkab/detail/3201010001>.
- Izzalqurny, T. R., Handayati, P., Jannah, M., & Fitriainingsih, S. K. (2021). The Role of Tourism BUM Desa in the Pandemic Era in Increasing Village Original Income: A Case Study in Jember Regency, Indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 10(6), 278–284. <http://ssbfnet.com/ojs/index.php/ijrbs/article/view/1338>
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Smith, K. T. (2011). Digital marketing strategies that Millennials find appealing, motivating, or just annoying. *Journal of Strategic marketing*, 19(6), 489-499.