

Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM

Leni Sugiyanti¹, Melyona Zenia Rabbil², Kamilah Citra Oktavia³, Mega Silvia⁴

¹Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani
*Correspondence author: Leni Sugiyanti, leni.sugiyanti@poltekbima.ac.id, Bekasi, and Indonesia

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dan menganalisis strategi pemasaran digital yang efektif dalam meningkatkan penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pertumbuhan teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis, dan UMKM harus mengadopsi strategi pemasaran yang relevan untuk tetap bersaing. Melalui pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM yang telah menerapkan strategi pemasaran digital. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi pola, tantangan, dan keberhasilan dalam menerapkan strategi tersebut. Temuan menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan strategi pemasaran digital dengan baik cenderung memiliki peningkatan signifikan dalam penjualan mereka. Faktor-faktor seperti pemahaman yang baik tentang target pasar, kreativitas dalam konten, dan penggunaan platform digital yang sesuai telah terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk UMKM. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi UMKM dan pemangku kepentingan lainnya tentang pentingnya strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis UMKM di era digital.

Kata kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Strategi Pemasaran Online, Dan Inovasi Pemasaran Digital.

Abstract. This research aims to investigate and analyze effective digital marketing strategies in increasing sales of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The growth of digital technology has changed the business landscape, and MSMEs must adopt relevant marketing strategies to remain competitive. Through a qualitative approach, data was collected through in-depth interviews with MSME owners who have implemented digital marketing strategies. Analysis is carried out to identify patterns, challenges and successes in implementing the strategy. The findings show that MSMEs that implement digital marketing strategies well tend to experience significant increases in their sales. Factors such as a good understanding of the target market, creativity in content, and use of appropriate digital platforms have proven effective in increasing the visibility and attractiveness of MSME products. This research provides valuable insight for MSMEs and other stakeholders about the importance of digital marketing strategies in increasing the competitiveness and growth of MSME businesses in the digital era.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Online Marketing Strategy, and Digital Marketing Innovation.

Pendahuluan

UMKM merupakan salah satu sektor penopang perekonomian. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada tahun 2022, UMKM menyumbangkan kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian. Mengingat sifatnya yang padat karya.

Maka UMKM dapat secara efektif menciptakan lapangan kerja sesuai dengan tingkat kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat. UMKM juga telah terbukti mampu bertahan terhadap goncangan krisis ekonomi tahun 1997 dan tetap menunjukkan eksistensinya dalam perekonomian. UMKM memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam perekonomian.

Khususnya pada negara-negara berkembang. Untuk itu pengembangan sektor UMKM sangat diperlukan dalam rangka untuk peningkatan ekonomi. Selain itu juga, UMKM merupakan salah satu alternatif solusi bagi permasalahan-permasalahan sosial seperti kemiskinan dan pengangguran. Bahkan UMKM juga merupakan salah satu sektor ekonomi yang telah terbukti mampu bertahan dari goncangan krisis.

Strategi pemasaran digital merupakan rangkaian rencana dan tindakan yang dirancang untuk mempromosikan produk atau layanan menggunakan berbagai platform digital. Memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn untuk berinteraksi dengan pelanggan potensial, membangun komunitas, dan mempromosikan produk atau layanan.

Meningkatkan peringkat situs web UMKM di hasil pencarian organik dengan mengoptimalkan konten, menggunakan kata kunci yang relevan, dan memperbaiki struktur situs web agar lebih ramah mesin pencari. Membayar untuk menampilkan iklan di platform seperti Google Ads atau Facebook Ads agar produk atau layanan UMKM dapat ditampilkan kepada audiens yang ditargetkan secara spesifik.

Membuat konten yang informatif, bermanfaat, dan menarik seperti artikel blog, video, atau infografis untuk menarik minat audiens, membangun kepercayaan, dan memperkuat brand UMKM. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara.

Di banyak negara, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi, memberikan kontribusi signifikan dalam penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan distribusi pendapatan. Namun, UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan produk mereka, terutama dengan pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

Pemasaran digital telah menjadi salah satu alat yang sangat efektif dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk, termasuk untuk UMKM. Dengan memanfaatkan platform-platform digital seperti media sosial, website, dan berbagai saluran online lainnya, UMKM memiliki kesempatan untuk mencapai pasar yang lebih luas dan memperkuat brand mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi pemasaran digital yang dapat membantu UMKM meningkatkan penjualan mereka. Dengan memahami karakteristik UMKM, tantangan yang mereka hadapi, serta peluang yang ditawarkan oleh pemasaran digital, penelitian ini akan memberikan panduan praktis bagi UMKM untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka.

Dalam penelitian ini, kami akan menganalisis berbagai strategi pemasaran digital yang telah terbukti berhasil dalam meningkatkan penjualan UMKM. Kami juga akan mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi strategi pemasaran digital ini, termasuk faktor internal seperti sumber daya dan kompetensi, serta faktor eksternal seperti lingkungan pasar dan perilaku konsumen.

Untuk meningkatkan penjualan UMKM melalui strategi pemasaran digital perlu melakukan penelitian pasar untuk memahami siapa target pasar UMKM Anda. Identifikasi karakteristik demografis, preferensi, dan perilaku pembelian dari calon pelanggan potensial. Lakukan optimasi SEO untuk meningkatkan peringkat situs web UMKM Anda di hasil pencarian.

Gunakan kata kunci yang relevan dalam konten situs web Anda dan pastikan struktur situs web Anda SEO-friendly. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang tepat dan konsisten, UMKM dapat meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan mereka secara signifikan.

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik UMKM, praktisi pemasaran, serta peneliti dalam memahami bagaimana pemasaran digital dapat menjadi alat yang efektif dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

Gaya Menulis

Pemasaran digital mencakup berbagai strategi dan teknik yang menggunakan platform digital seperti internet, media sosial, dan mesin pencari untuk mencapai konsumen potensial. Ini termasuk tetapi tidak terbatas pada pemasaran konten, media sosial, iklan online, dan SEO (Search Engine Optimization).

Tujuan dari penelitian untuk artikel karya ilmiah tentang Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM untuk Menganalisis dan memahami tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam pemasaran produk, Mengidentifikasi tren dalam pemasaran digital yang dapat diterapkan oleh UMKM, Mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan strategi pemasaran digital bagi UMKM.

Studi kasus akan dilakukan untuk menganalisis bagaimana UMKM yang berhasil telah menerapkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan mereka. Ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang praktik terbaik dan strategi yang efektif.

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel karya ilmiah tentang strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM adalah metode kualitatif. Penelitian ini dilakukan melalui serangkaian wawancara kualitatif dengan pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang menerapkan digital marketing mendapatkan penjualan yang lebih tinggi.

Oleh karena itu, strategi pemasaran digital dapat menjadi solusi yang efektif bagi UMKM dalam meningkatkan penjualan mereka.

Selain itu, artikel juga menyebutkan bahwa strategi pemasaran di era digital tidak hanya bertujuan untuk mencapai target penjualan, tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran dan branding usaha itu sendiri.

UMKM saat ini juga sudah menggunakan proses pembayaran digital secara online, yang memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran. Dalam penelitian ini, digital marketing memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kesadaran, dan meningkatkan penjualan.

Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu memahami dan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan penjualan mereka. Dengan demikian, strategi pemasaran digital dapat menjadi cara yang efektif bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan mereka.

Dengan memanfaatkan internet dan teknologi digital, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan memperoleh penjualan yang lebih tinggi. Hasil juga menunjukkan bahwa tidak hanya manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan *digital marketing*.

Pelaku UMKM juga sering mengalami kendala dalam penerapannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam pengimplementasian *digital marketing*, berpengaruh dalam meningkatkan pemasaran UMKM, serta pengimplementasiannya memberikan manfaat dan kendala yang mengiringinya.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian artikel karya ilmiah tentang strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM menunjukkan beberapa temuan penting. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan digital marketing mendapatkan penjualan yang lebih tinggi. Dalam era revolusi industri 4.0.

Perkembangan teknologi internet telah mengubah aturan dasar pemasaran dari yang tradisional menjadi digital marketing. Internet memberikan peluang baru bagi UMKM untuk memasarkan produk mereka dengan lebih efektif. Strategi pemasaran di era digital tidak hanya bertujuan untuk mencapai target penjualan, tetapi juga meningkatkan awareness dan branding usaha itu sendiri.

UMKM saat ini juga sudah menggunakan proses pembayaran digital secara online, yang memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran. Salah satu strategi komunikasi pemasaran digital yang efektif adalah melalui penggunaan jejaring media sosial. Penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor sosio-psikologi dan kredibilitas.

Dalam penelitian ini, melalui E-commerce, penjualan produk dan keterampilan para pelaku UMKM dapat meningkat. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital memiliki pengaruh positif terhadap penjualan UMKM. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif, UMKM dapat meningkatkan penjualan mereka dan memperluas jangkauan pasar.

Tantangan dan Peluang Untuk UMKM

Meskipun pemasaran digital menawarkan banyak peluang bagi UMKM, mereka juga menghadapi beberapa tantangan. Tantangan ini termasuk keterbatasan sumber daya, kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital, dan persaingan yang ketat dengan perusahaan besar.

Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM

Strategi pemasaran digital membantu UMKM mengurangi biaya promosi dan meminimalkan penggunaan materi promosi fisik seperti brosur, spanduk, dan pamflet. Dengan memanfaatkan platform online, UMKM dapat menghemat biaya promosi.

Penggunaan Media Sosial

Memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan potensial, mempromosikan produk atau layanan, dan membangun komunitas online dapat membantu meningkatkan kesadaran merek dan menghasilkan penjualan.



Pemasaran Konten

Pemasaran konten adalah strategi pemasaran yang difokuskan pada pembuatan dan pendistribusian konten yang bernilai, relevan, dan konsisten untuk menarik, memperoleh, dan melibatkan audiens yang jelas dan dipahami dengan tujuan mendorong tindakan pelanggan yang menguntungkan.

Pemasaran konten memiliki beberapa manfaat dan tujuan yang dapat membantu bisnis dalam mencapai kesuksesan. Berikut adalah beberapa manfaat dan tujuan dari pemasaran konten :

1. Membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, pemasaran konten yang baik dapat memperkuat citra merek di mata pelanggan dan membangun kepercayaan. Dengan memberikan konten yang bernilai dan relevan, pelanggan cenderung kembali melakukan transaksi dengan merek tersebut.
2. Meningkatkan kredibilitas, Dengan memberikan konten yang bermanfaat dan relevan, pemasaran konten dapat membantu meningkatkan kredibilitas merek di mata konsumen. Jika konsumen merasakan manfaat dari konten yang

disediakan, mereka cenderung memiliki pandangan yang lebih positif terhadap merek tersebut.

3. Meningkatkan visibilitas dan traffic, Konten yang dibuat dan dipublikasikan secara konsisten dapat membantu meningkatkan visibilitas dan traffic pada website atau platform digital lainnya. Dengan meningkatnya traffic, peluang untuk menjangkau lebih banyak audiens juga semakin besar.
4. Meningkatkan engagement, Pemasaran konten yang baik dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan dengan audiens. Dengan memberikan konten yang menarik dan relevan, pelanggan cenderung lebih aktif dalam berinteraksi dengan merek dan konten yang disediakan.

Strategi Pemasaran Digital

Strategi pemasaran digital dapat membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan dan kesuksesan bisnis. Berikut adalah beberapa hasil pembahasan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM:

1. Meningkatkan Awareness dan Branding, Strategi pemasaran digital tidak hanya bertujuan untuk mencapai target penjualan, tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran dan branding bisnis. Dalam era digital, penting untuk menggunakan platform dan media yang beragam untuk mencapai audiens target.
2. Pemanfaatan Media Sosial, Media sosial adalah platform yang efektif untuk memasarkan produk atau layanan UMKM. Anda dapat membangun kerja sama dengan konsumen, berinteraksi dengan pelanggan, dan mempromosikan bisnis Anda melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube.
3. Pemasaran Konten, Konten yang berkualitas dan relevan dapat membantu membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan visibilitas bisnis Anda. Buat konten yang bermanfaat, seperti artikel blog, video tutorial, atau infografis, yang dapat menarik minat dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan.
4. Optimasi Mesin Pencari (SEO), Optimasi mesin pencari adalah langkah penting dalam strategi pemasaran digital. Dengan menerapkan teknik SEO yang tepat, Anda dapat meningkatkan visibilitas situs web Anda di hasil pencarian organik dan menarik lebih banyak pengunjung potensial.
5. Pemasaran Email, Pemasaran melalui email dapat membantu Anda berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan. Kumpulkan alamat email pelanggan dan kirimkan konten yang relevan, penawaran khusus, atau informasi terbaru tentang produk atau layanan.
6. Kemitraan dan Kolaborasi, Kerja sama dengan UMKM lain atau influencer dalam industri Anda dapat membantu memperluas jangkauan bisnis Anda. Cari influencer dengan audiens yang relevan dengan produk atau layanan Anda dan kerja sama untuk saling mempromosikan.
7. Analisis dan Pengukuran, Lakukan analisis dan pengukuran secara teratur untuk melihat efektivitas strategi pemasaran digital Anda. Gunakan alat analitik seperti Google Analytics untuk melacak kinerja kampanye Anda dan melakukan perubahan yang diperlukan.

Strategi pemasaran digital dapat membantu UMKM dalam mengurangi biaya promosi, menjangkau lebih banyak konsumen, dan meningkatkan keunggulan bersaing. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat memperluas jangkauan bisnis mereka dan mencapai kesuksesan dalam era digital.

Berikut adalah beberapa platform digital yang efektif digunakan dalam strategi pemasaran:

1. Facebook, Facebook memiliki jangkauan pengguna yang luas dan dapat digunakan untuk memasarkan produk atau layanan UMKM. Dapat membuat halaman bisnis, beriklan, dan berinteraksi dengan pelanggan potensial.



2. Instagram, Instagram juga merupakan platform yang populer untuk pemasaran digital. Dapat membagikan foto dan video produk, menggunakan fitur iklan, dan berinteraksi dengan pengguna melalui komentar dan pesan langsung.



3. Google Ads, Google Ads adalah platform periklanan online yang memungkinkan menampilkan iklan di hasil pencarian Google dan situs web mitra. Dapat menargetkan kata kunci yang relevan dengan produk atau layanan untuk mencapai audiens yang tepat.



4. Email Marketing, Email marketing tetap menjadi strategi yang efektif untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Dapat mengumpulkan alamat email pelanggan dan mengirimkan konten yang relevan, penawaran khusus, atau pembaruan produk secara teratur.



5. Website dan Blog, Memiliki website dan blog yang informatif dan menarik adalah penting dalam strategi pemasaran digital. Dapat menggunakan website untuk memperkenalkan bisnis, menampilkan produk atau layanan, dan berbagi konten yang bermanfaat bagi pelanggan.



Setelah mengenal pengertian dan fungsi strategi pemasaran, kamu pasti udah paham, dong, kenapa strategi pemasaran dibutuhkan oleh setiap bisnis dan usaha. Karena sifatnya yang berisi taktik atau cara jitu untuk memasarkan suatu produk/jasa, maka penyusunan dan pelaksanaan strategi pemasaran harus disesuaikan dengan keadaan yang sedang terjadi.

Salah satu tren strategi pemasaran yang sudah mulai banyak digunakan saat ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan dengan perangkat digital atau sering disebut *digital marketing*.

Pentingnya Strategi Pemasaran

Berikut ini terdapat beberapa poin penting strategi pemasaran di era digital yang perlu diketahui:

- Jangkauan konsumen lebih luas
- Mudah digunakan
- Informasi lebih cepat tersampaikan
- Biaya relatif lebih sedikit daripada pemasaran *offline*, contohnya mengadakan *event* pemasaran di lokasi tertentu.
- *Return of Investment* (ROI) cepat. ROI berarti pendapatan yang kamu hasilkan dari biaya promosi, pemasaran, atau iklan yang dihabiskan.

Dari poin-poin tersebut, kamu bisa menilai bahwa seiring dengan perkembangan teknologi, pelaksanaan strategi pemasaran semakin mudah. Bisnis dan usaha yang bersaing di era ini memang harus pintar-pintar menggunakan media digital untuk menarik konsumen yang mayoritas sudah melakukan transaksi secara *online*.

Strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam kesuksesan bisnis, terutama dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan berubah dengan cepat seperti saat ini.

1. Strategi pemasaran membantu memperkenalkan produk atau layanan kepada pelanggan potensial. Melalui berbagai saluran pemasaran seperti iklan, media sosial, atau kampanye konten, bisnis dapat meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap apa yang mereka tawarkan.
2. Lingkungan bisnis selalu berubah, dan strategi pemasaran yang efektif memungkinkan bisnis untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Dengan mengikuti tren industri, menganalisis pesaing, dan mendengarkan umpan balik pelanggan, bisnis dapat tetap relevan dan kompetitif.
3. Strategi pemasaran yang baik tidak hanya tentang menjual produk atau layanan, tetapi juga tentang membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Melalui konten yang bermanfaat, interaksi yang terlibat di media sosial, atau layanan pelanggan yang responsif, bisnis dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan mereka.
4. Strategi pemasaran memungkinkan bisnis untuk memahami pelanggan mereka dengan lebih baik, baik melalui riset pasar, analisis data, atau interaksi langsung. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan, bisnis dapat merancang kampanye yang lebih efektif untuk menjangkau mereka.

SIMPULAN

Dengan meningkatnya penetrasi internet dan peran yang semakin penting dari platform digital dalam perilaku konsumen, pemasaran digital merupakan elemen krusial bagi keberhasilan UMKM. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat meningkatkan visibilitas mereka, menjangkau pasar yang lebih luas, dan meningkatkan penjualan mereka secara signifikan. Kesimpulan mengenai strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Perlu memahami siapa target pasar mereka, termasuk karakteristik demografis, perilaku, dan preferensi konsumen potensial mereka.
2. Branding yang kuat dan konsisten akan membantu UMKM membedakan diri dari pesaing dan membangun kepercayaan konsumen.
3. Memahami dan menerapkan praktik SEO yang baik akan membantu UMKM meningkatkan visibilitas online mereka dan mendapatkan lalu lintas organik ke situs web atau platform e-commerce mereka.
4. Manfaatkan Konten Berkualitas: Konten yang informatif, relevan, dan menarik dapat membantu UMKM menarik minat calon pelanggan, membangun otoritas dalam industri mereka, dan meningkatkan kesadaran merek.
5. Memantau dan menganalisis kinerja strategi pemasaran digital mereka untuk mengidentifikasi apa yang berhasil dan yang perlu ditingkatkan.

Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang tepat dan konsisten, UMKM dapat meningkatkan penjualan mereka, memperluas pangsa pasar, dan membangun keberhasilan jangka panjang untuk bisnis mereka.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Bina Madani yang telah memberikan kesempatan kepada mahasiswanya untuk melakukan kegiatan ini, Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada tim peneliti dan pihak lain yang terlibat dalam penulisan jurnal ini. Kerjasama dan kontribusi mereka telah memperkaya isi jurnal dan memberikan informasi yang lebih lengkap kepada pembaca. Setiap langkah dan kesimpulan yang dibuat sangat terbukti dan didukung dengan bukti yang kuat, yang menjadikan jurnal ini sebagai sumber referensi yang sangat berharga.

DAFTAR PUSTAKA

- Smith, Perry J., and Barry T. Davies. "E-Marketing: Using the Internet for Market Research, Product Development, and Direct Marketing." Routledge, 2019.
- Chaffey, Dave, and Fiona Ellis-Chadwick. "Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice." Pearson, 2019.
- Dewi, Ratna Sari, Erick Imanuel, and Ravega Akmal Permana Putra. "Penggunaan Strategi Periklanan di Kawasan Batik Mart Bekasi." *Masarin* 1.1 (2022): 7-12.
- Sugiyanti, Leni, and Indah Sukmawati Wijaya. "PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN INSENTIF TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA POLITEKNIK BINA MADANI." *Masarin* 1.1 (2022).
- Alfianto, Dimas, and Nadia Choirunissa. "Penyusunan Pemasaran Produk Melalui Konten Media Sosial UMKM Bontot Ngopi." *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi* 4.3 (2024): 136-146.

