Volume 6 No. 01 (2022)

JURNAL ABADIMAS ADI BUANA

http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/abadimas

PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS TEKNOLOGI PADA SENTRA WISATA KULINER DELES

Kadek Pranetha Prananjaya[1], Tatik Suryani[2], Dian Oktarina[3], Hariadi Yutanto[1*], Thomas Hanandry Dewanto[4], Harlina Meidiaswati[5]

[1]Program Studi Diploma 3 Akuntansi Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya, Indonesia
[2]Program Studi Magister Manajemen Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya, Indonesia
[3]Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya, Indonesia
[4]Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya, Indonesia
[5]Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya, Indonesia
* email: antok@perbanas.ac.id

Informasi Artikel

Kata kunci:
Pendampingan, Pelatihan, Digital Marketing, SWK

Diterima: 28-06-2022
Disetujui: 11-07-2022
Dipubikasikan: 15-07-2022

Abstrak

Sentra Wisata Kuliner (SWK) Deles merupakan salah satu SWK yang merupakan binaan dari Pemerintah Kota Surabaya. SWK Deles berdiri sejak tahun 2015 dan berlokasi di Jalan Arief Rahman Hakim No.14, Keputih, Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur. Fasilitas yang dimiliki oleh SWK Deles terdapat kurang lebih 33 stand kios, toilet umum, mushola, tempat parkir, gazebo dan free wifi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat oleh tim pelaksana memiliki tujuan dalam membantu SWK Deles dalam melaksanakan Digital Marketing dalam upaya dapat meningkatkan pendapatan. Permasalahan yang dihadapi oleh SWK Deles adalah (1) Kurangnya pengetahuan mengenai penentuan harga jual, manajemen keuangan dan manajemen kewirausahaan, (2) Kurangnya media promosi secara digital dan konvensional yang dilakukan oleh pengelola atau pedagang pada SWK Deles dan (3) Masih rendahnya Tingkat pendapatan dari masing-masing penjual di SWK Deles. Dalam mengatasi masalah tersebut Tim pelaksana pengabdian masyarakat memberikan pelatihan dan pendampingan HPP, Manajemen Keuangan, Manajemen Kewirausahaan dan Pendampingan media promosi digital. Target luaran yang diharapkan adalah peningkatan pengetahuan para penjual terkait dengan penentuan harga jual, manajemen keuangan manajemen kewirausahaan dan Pendampingan media promosi digital serta desain pemasaran produk mitra berbasis penjualan online dan peningkatan penjualan dengan cara ikut serta dalam *food delivery online platform disertai pendaftaran pada* aplikasi pembayaran digital yang memudahkan dalam proses pembayaran.

Keywords:
Mentoring, Training, Digital Marketing, SWK

Abstract

Sentra Wisata Kuliner (SWK) Deles is one of the SWKs that is assisted by the Surabaya City Government. SWK Deles was established in 2015 and located at Jalan Arief Rahman Hakim No.14, Keputih, Sukolilo, Surabaya City, East Java.

The facilities available at SWK Deles are approximately 33 kiosk stands, public toilets, prayer rooms, parking lots, gazebos and free wifi. The implementation of this community service activity has the aim of assisting SWK Deles in implementing Digital Marketing in an effort to increase income The problems in SWK Deles are (1) knowledge of selling price determination, financial management and entrepreneurial management is very low (2) digital and conventional promotional media carried out by managers or traders at SWK Deles is very low and (3) The income level of each seller in SWK Deles is very low. These problems can be solved by providing training and assistance in HPP, Financial Management, Entrepreneurship Management and Digital promotional media assistance. The output in this community service increases the knowledge of sellers related to determining selling prices, financial management of entrepreneurship management and assistance in digital promotional media as well as marketing design of partner products based on online sales and increasing sales by participating in the food delivery online platform accompanied by registration on digital payment applications that facilitate the payment process.

PENDAHULUAN

Sentral Wisata Kuliner (SWK) Deles merupakan salah satu SWK yang merupakan binaan dari Pemerintah Kota Surabaya. SWK Deles berdiri sejak tahun 2015 dan berlokasi di Jalan Arief Rahman Hakim No.14, Keputih, Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur. Fasilitas yang dimiliki oleh SWK Deles terdapat kurang lebih 33 stand kios, toilet umum, mushola, tempat perkir, gazebo dan free wifi. Fasilitas-fasilitas tersebut diharapkan dapat menarik antusias para pengunjung untuk membeli makanan dan minuman di SWK Deles. Lokasi dari SWK Deles sebenarnya sangat strategis dimana dekat dengan perkantoran dan tempat kuliah akan tetapi lokasi yang terlalu kedalam dari jalan sehingga para pengunjung akan kesusahan melihat keberadaan SWK Deles ini. Hal tersebut mengakibatkan berkurangnya pendapatan para pedagang di SWK Deles dan mengakibatkan sering terjadi pergantiaan pedagang yang menempati kios. Banyaknya PKL dan pusat perbelanjaan yang buka di dekat lokasi SWK membuat kalah bersaing. Banyak pergantian pedagang disana dikarenakan para pedagang mengaklami kerugian dan menutup usahanya. Menurut (Ghofirin & Wahyuningtyas, 2018) masalah yang sering dihadapai oleh para UMKM adalah terbatasnya akses UMKM kepada sumber daya produktif seperti laporan keuangan, bahan baku, permodalan, teknologi, sarana pemasaran serta Informasi pasar.

Melihat kondisi tersebut hal ini bisa dikarenakan para pedagang di SWK Deles dalam melakukan penjualan tidak memperhatikan dalam penentuan harga pokok penjualan dari barang dagangannya. Pencatatan mengenai harga pokok penjulan merupakan aspek yang sangat penting karena terdapat adanya Informasi yang membantu para pemilik menilai bisnis yang dijalaninya (Macpal et al., 2014). Menurut Handayani (2020) apabila perusahaan salah dalam menentukan harga pokok penjualan maka perusahaan akan mengalami kerugian dengan berujung ditutupnya perusahaan. Hal ini dikarenakan biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan tidak sebanding dengan pendapatan yang diperoleh dari

 e-ISSN : 2622-5719 | p-ISSN : 2622-5700

pendapatannya. Mulyadi (2014:65) mengemukakan manfaat dari penentuan biaya pokok produksi secara garis besar adalah (1) Menentukan Harga Jual Produk Perusahaan yang berproduksi massa memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang; (2) Memantau Realisasi Biaya Produksi; (3) Menghitung Laba atau Rugi Bruto Periodik Guna mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto; dan (4) Menentukan Beban Pokok Persediaan Produk Jadi dan Produk Dalam Proses yang Disajikan dalam Laporan Posisi Keuangan. Dalam menentukan harga pokok produksi hal yang perlu diperhatikan adalah menentukan biaya produksi. Kesalahan dalam menentukan biaya produksi akan mengakibatkan kesalahan dalam penentuan harga jual dan selanjutnya akan salah dalam menetapkan laba kotor setiap periode akuntansi (Widhiastuti et al., 2019).

Gambar 1. Lokasi Depan Sentral Wisata Kuliner Deles

Perlu adanya media promosi secara digital dalam mempromosikan SWK Deles ini supaya banyak para pengunjung dapat mengetahui lokasi dan menu apa saja yang tersedia pada SWK Deles. Kurangnya pemahaman dan edukasi para pedagang di SWK Deles ini terkait dengan promosi secara digital membuat kondisi SWK Deles ini semakin sepi. Dengan adanya perkembangan teknologi, kini media pemasaran atau promosi beralih menggunakan teknologi atau internet atau yang kemudian disebut dengan istilah *digital marketing* (Tresnawati & Prasetyo, 2018). *Digital Marketing* adalah suatu cara untuk mempromosikan produk / brand tertentu melalui media internet bisa melalui iklan di internet, facebook, youtube, atau media sosial lainnya (Warmayana, 2018). Menurut Armansyah et al (2022) sosial media sejatinya memang sebagai media sosilalisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lain-lain. Adanya *digital marketing* memungkinkan mitra untuk memasarkan produknya secara online. Menurut Rafiah & Kirana (2019) pemanfaatan media online merupakan salah satu cara yang tepat bagi para UMKM, Hal ini dikarenakan udahnya akses internet saat ini, besarnya manfaat yang didapatkan, serta murahnya biaya yang dibutuhkan menjadi alasan utama UMKM perlu memanfaatkan media online sebagai solusi tepat untuk memperluas jangkauan bisnisnya. Internet banyak menawarkan kemungkinan baru untuk melakukan bisnis, kemampuan internet yang dikenal dengan *Word Wide Web* merupakan perhatian dari

e-ISSN : 2622-5719 | p-ISSN : 2622-5700

banyak organisasi (Bukit et al., 2019).

Kondisi tersebut diperparah pada Masa Pandemi yang terjadi secara global. Kondisi ini membuat SWK ini terdampak sangat besar dalam sisi penjualan. Penghasilan yang di dapat oleh para pedagang malah semakin menurun. Hal ini dikarenakan demi menekan angka penularan Covid pemerintah mengeluarkan kebijakan Penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dimana terdapat pembatasan berupa Warung makan, pedagang kaki lima (PKL), lapak jajanan, dan sejenisnya yang memiliki tempat usaha di ruang terbuka diizinkan buka dengan protokol kesehatan ketat sampai pukul 20.00 dan waktu maksimal makan untuk setiap pengunjung 20 menit sehingga membuat enggan pengunjung untuk langsung membeli pada SWK Deles ini. Para pengunjung lebih memilih menggunakan cara berbelanja secara online yang mana sangat praktis dan efisien.

Gambar 2. Kondisi Sepi SWK Deles

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh tim pelaksana, permasalahan utama yang dihadapi para pedagang di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Deles adalah sebagai berikut :

a. Kurangnya pengetahuan mengenai penentuan harga jual, manajemen keuangan dan manajemen kewirausahaan.

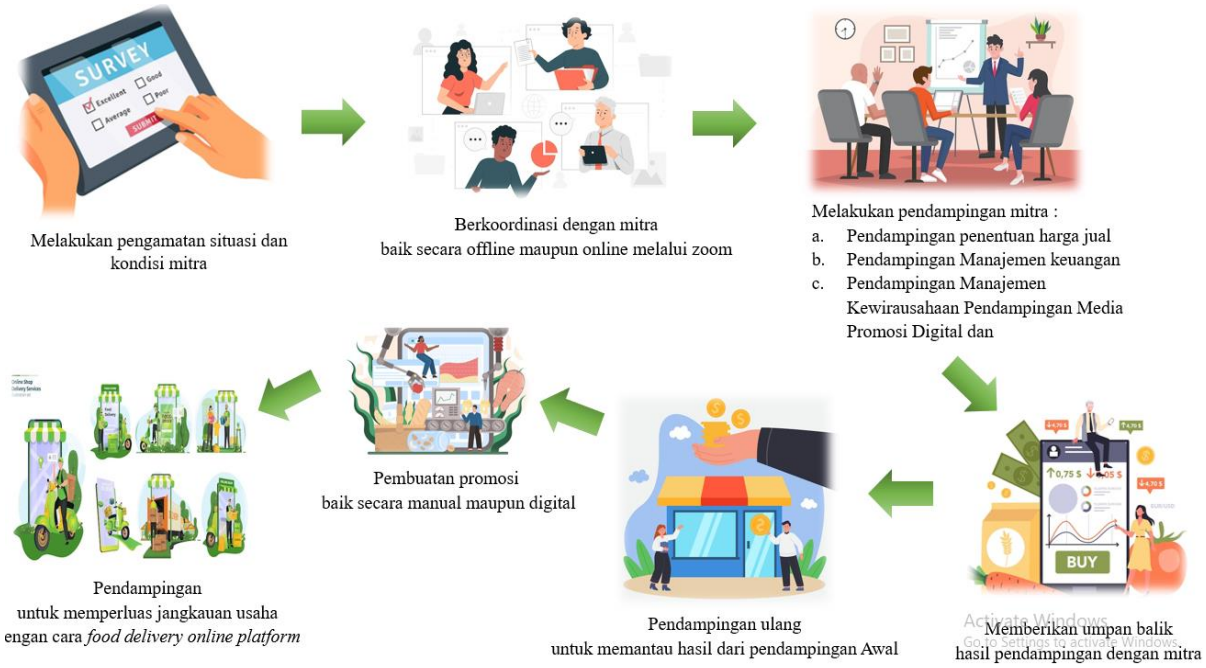
b. Kurangnya media promosi secara digital dan konvensional yang dilakukan oleh pengelola atau pedagang pada SWK Deles

c. Masih rendahnya Tingkat pendapatan dari masing-masing penjual di SWK Deles

METODE

Pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat ini menggunakan metode pendampingan, diskusi, umpan balik kepada mitra Sentra Wisata Kuliner Deles. Pendampingan dikhususkan di bidang pemasaran berbasais penjualan online. Metode Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat

e-ISSN : 2622-5719 | p-ISSN : 2622-5700



Gambar 3. Kerangka Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan Pengabdian masyarakat di SWK deles memiliki beeberapa kegiatan dengan indicator capaian adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Indikator Capaian

No.	Jenis Kegiatan	Keterangan	Indikator Capaian
1.	Pengamatan	Melakukan pengamatan situasi dan kondisi di tempat mitra	Memperoleh gambaran permasalahan mitra
2.	Berkoordinasi	Berkoordinasi dengan Mitra dengan baik secara offline mendatangi lokasi mitra atau secara online zoom	Adanya persetujuan dari Mitra
3.	Pendampingan	Melaksanakan pendampingan awal terkait dengan: a. Pendampingan penentuan harga jual b. Pendampingan manajemen keuangan c. Pendampingan manajemen kewirausahaan d. Penampingan media promosi digital dan konvensional	• Peningkatan pengetahuan dalam bidang penentuan harga jual • Peningkatan pengetahuan dalam bidang manajemen keuangan dan kewirausahaan • Peningkatan pengetahuan dalam bidang promosi digital dan konvensional
4.	Umpan Balik	Memberikan umpan balik dari hasil pendampingan	Pemahaman para penjualan terkait dengan

No.	Jenis Kegiatan	Keterangan	Indikator Capaian
		Awal	pendampingan.
5.	Pendampingan Ulang	Pendampingan ulang untuk memantau hasil dari pendampingan Awal	Peningkatan dan pemantapan atas hasil pendampingan awal
6.	Pembuatan Media promosi secara konvensional dan digital	Pembuatan promosi digital.	Terdapat media promosi digital
7	Evaluasi dan Monitoring	Melaksanakan evaluasi dan monitoring terkait dengan hasil pendampingan untuk memantau hasil pemasaran produk mitra melalui penjualan online dengan cara *food delivery online platform* dan konvensional	Penjualan produk mitra meningkat melalui desain pemasaran online dan konvensional

Keseluruhan rencana kegiatan tersebut diatas dapat berjalan lancar dengan adanya dukungan dan partisipasi dari mitra yang berada di Sentra Wisata Kuliner Deles. Partisipasi aktif yang diberikan antara lain berupa:

1. Kesediaan melakukan diskusi dengan baik bersama tim pelaksana Pengabdian Internal terkait dengan pembuatan desain sistem penjualan online.
2. Kesediaan mengikuti kegiatan hingga selesai dan bersedia menerapkan hasil program ini sebagai pendukung dalam usaha kedepannya.

Pada bagian metode penerapan, uraikanlah dengan jelas dan padat metode yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah dicanangkan dalam kegiatan pengabdian. Hasil pengabdian itu harus dapat diukur dan penulis diminta menjelaskan alat ukur yang dipakai, baik secara deskriptif maupun kualitatif. Jelaskan cara mengukur tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian. Tingkat ketercapaian dapat dilihat dari sisi perubahan sikap, sosial budaya, dan ekonomi masyarakat sasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan kegiatan yang telah dikembangkan oleh institusi di bawah pengelolaan Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (PPPM) Universitas Hayam Wuruk Perbanas untuk dapat membantu mitra dalam hal peningkatan pendapatan parf\a penjual di SWK Deles. Permasalahan yang dihadapi mitra SWK deles adalah (1) Kurangnya pengetahuan mengenai penentuan harga jual, manajemen keuangan dan manajemen kewirausahaan, (2) Kurangnya media promosi secara digital dan konvensional yang dilakukan oleh pengelola atau pedagang pada SWK Deles dan (3) Masih rendahnya Tingkat pendapatan dari masing-masing penjual di SWK Deles.

Dalam hal ini Tim pelaksana dan mitra berkolaborasi dalam menjalan kegiatan pengabdian masyarakat internal. Tim pelaksana untuk dapat mengetahui permasalahan yang dihadapi mitra melakukan

 e-ISSN : 2622-5719 | p-ISSN : 2622-5700

pengamatan situasi dan kondisi mitra yang dilaksanakan pada tangal 01 Agustus 2021, 17 September 2021. Dari hasil pengamatan tersebut dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi mitra berupa kurangnya pengetahuan mengenai harga jual, manajemen keuangan, manajemen kewirausahaan dan Kurangnya Media Promosi baik secara manual maupun digital baik terkait SWK maupun penjual. Permasalahan tersebut akan mengakibatkan peningkatan pendapatan dari masing-masing penjual yang berada di SWK Deles tidak bisa maksimal. Oleh Karena itu tim pelaksana dalam pengabdiannya memberikan pendampingan berupa Pendampingan penentuan harga jual, Pendampingan manajemen keuangan, Pendampingan manajemen kewirausahaan dan Pendampingan media promosi digital dan konvensional yaitu pada tanggal 18 Februari 2021

Gambar 4. Pendampingan HPP dan Media Promosi

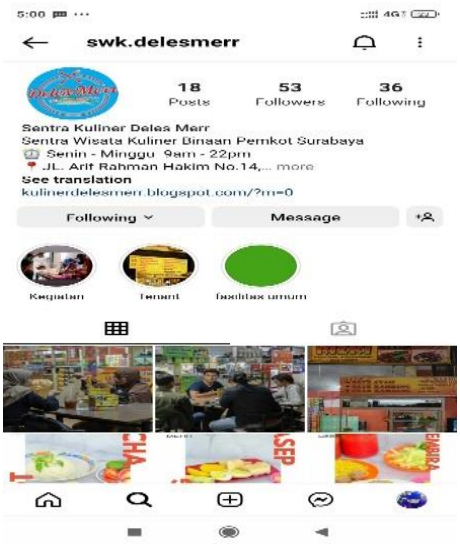
Pada Pelaksanaan pendampingan penentuan HPP dan manajemen keuangan dilaksanakan dengan memberikan arahan kepada para pengurus dan beberapa penjual terkait dengan bagaimana menentukan harga pokok penjualan dan bagaimana pencatatannya. Penjelasan materi yang dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat hanya sebatas mengingatkan kembali kepada para mitra karena sebelumnya pelatihan sejenis ini pernah dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM. Selanjutnya di hari yang sama juga diberikan pelatihan terkait kewirausahaan dan terkait media promosi digital dan konvensial. Pada sesi ini para pengurus dan beberapa penjual diberikan materi terkait bidang kewirausahaan dan bagaimana cara membuat promosi produk pada media digital maupun konvensional yang menarik.

Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah Mitra sangat tertarik pada kegiatan ini dan memahami bagaimana cara menghitung HPP dan manajemen keuangan. Pemahaman yang cepat oleh para mitra dikarenakan sebelumnya memang pernah diberikan pelatihan yang serupa oleh dinas koperasi dan UMKM kota Surabaya sehingga pada kegiatan ini, tim pengabdian difokuskan untuk memperdalam dan mengingatkan kembali terkait cara menghitung HPP dan manajemen keuangan. Pada saat pelatihan kewirausahaan dan media promosi digital maupun konvensional, mitra sangat antusias sekali karena terkait dengan pengetahuan kewirausahaan dan promosi digital sangat diperlukan pada jaman ini.

Setelah mitra mendapatkan pendampingan tersebut, maka tim hibah pada tanggal 28 Februari melakukan pendampingan ulang dengan maksud dan tujuan untuk memantau evaluasi dari pendampingan awal. Dalam pendampingan ulang ini tim pengabdian masyarakat memberikan saran

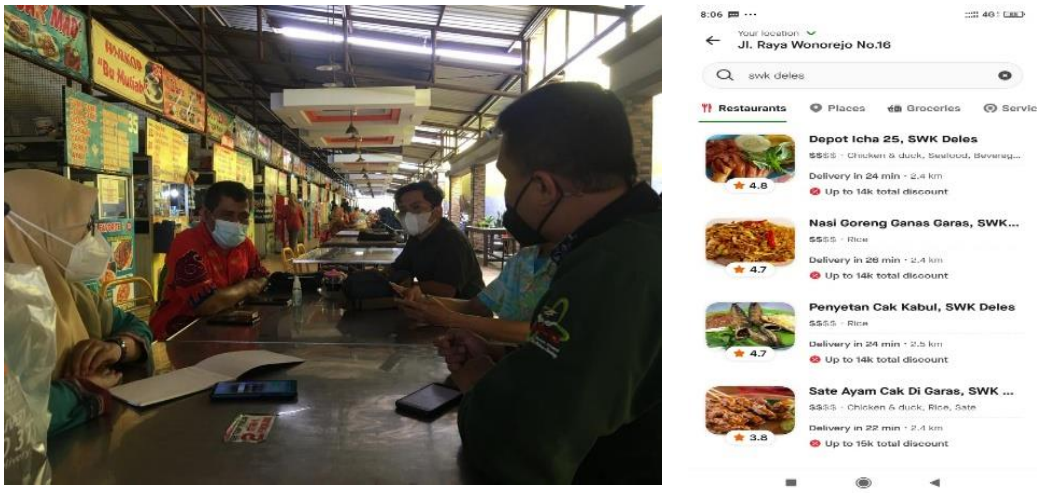
 e-ISSN : 2622-5719 | p-ISSN : 2622-5700

kepada pengurus dan beberapa mitra untuk bisa mempromosikan Stand makanan yang berada di SWK Deles melalui media sosial baik itu adalah Instagram, Facebook dll.



Gambar. 5. Media Promosi SWK melalui Instagram

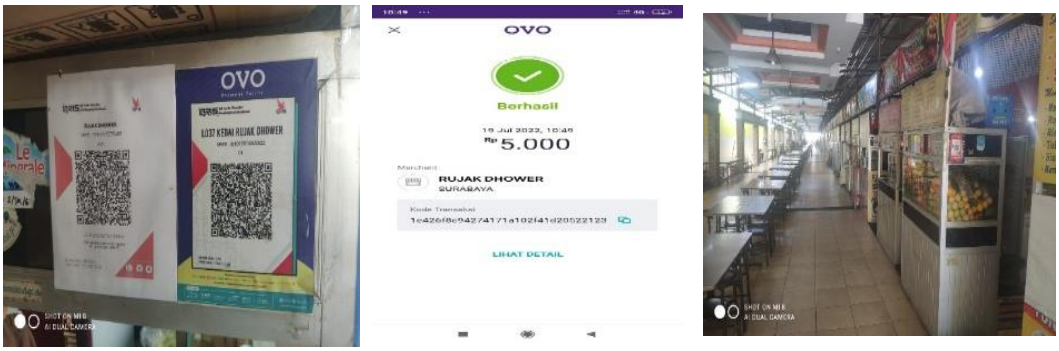
Hasil yang diperoleh dalam kegiatan ini adalah di awal arahan tim pengabdian sulit untuk dilaksanakan karena banyak para pedang di SWK deles tidak bisa menggunakan akun media sosial dan teknologi. Sehingga terkait media promosi dibantu oleh tim dari dinas koperasi dan umkm yang memegang Instagram dari SWK deles. Dengan keterbatasan tersebut, tim pengabdian pada tanggal 01 April 2022 mencoba untuk memberikan arahan kepada mitra untuk menggunakan *food delivery online platform* seperti Gojek, Grab dan Shopee. Tujuan mengikuti *food delivery online platform* selain juga media promosi yang mudah juga digunakan untuk dapat memperluas jangkauan usaha sehingga bisa meningkatkan pendapatan.



Gambar 6. Koordinasi Tim Terkait dengan *food delivery online platform*

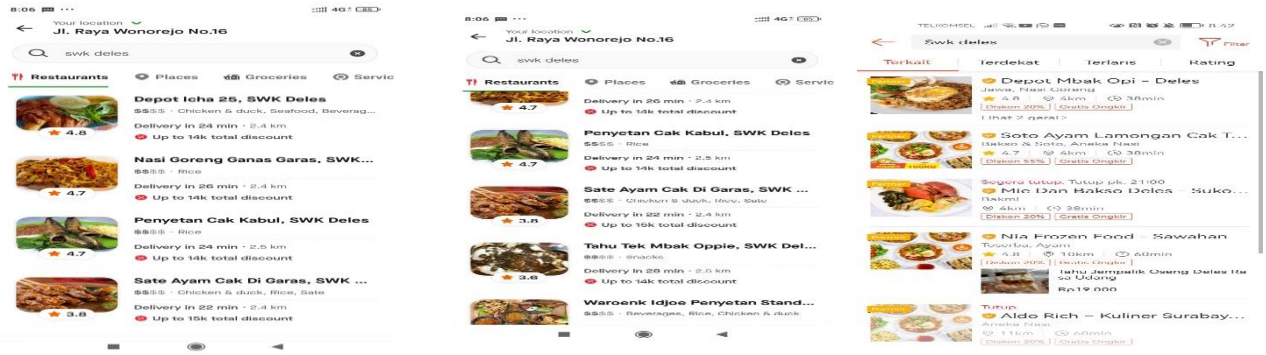
 e-ISSN : 2622-5719 | p-ISSN : 2622-5700

Selain itu Tim pengabdian masyarakat juga memberikan arahan untuk mengurus pembayaran secara digital menggunakan OVO, Shopeepay, Gopay atau QRIS. Tujuannya adalah memepermudah proses pembayaran dalam kondisi pandemi seperti ini kepada mitra apabila pembeli membeli melalui *food delivery online platform* maupun secara langsung datang ke SWK Deles.



Gambar 7. Media Pembayaran Digital di SWK Deles

Penggunaan *food delivery online platform* dan pembayaran digital ini dirasa para penjual bisa meningkatkan dan memperluas jangkauan penjualan di SWK deles serta dapat mempermudah proses pencatatan pendapatan dari masing-masing penjual. Pada tanggal 12 Juli 2022 pada saat monitoring dan evaluasi terkait dengan penggunaan *food delivery online platform*. Dari 33 Stand makanan di SWK deles terdapat 29 stand yang bergabung menggunakan *food delivery online platform* walaupun dalam penggunaan *platform* tersebut hanya 10 stand saja, sedangkan sisanya menitipkan dagangannya kepada pedagang yang memiliki *food delivery online platform*. Hal ini terjadi dikarenakan tidak semua memahami aplikasi ini sehingga yang mempunyai aplikasi ini hanya beberapa pedagang yang memahami terkait teknologi. Sedangkan untuk pembayaran secara digital hampir semua stand sudah menggunakan itu.



Gambar 7. Penggunaan *food delivery online platform* di SWK Deles

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh tim pelaksana memiliki tujuan dalam membantu SWK Deles dalam melaksanakan Digital Marketing dalam upaya dapat meningkatkan pendapatan. Permasalahan yang dihadapi oleh SWK Deles adalah (1) Kurangnya pengetahuan mengenai penentuan

harga jual, manajemen keuangan dan manajemen kewirausahaan, (2) Kurangnya media promosi secara digital dan konvensional yang dilakukan oleh pengelola atau pedagang pada SWK Deles dan (3) Masih rendahnya Tingkat pendapatan dari masing-masing penjual di SWK Deles.

Dalam mengatasi masalah tersebut Tim pelaksana pengabdian masyarakat memberikan pelatihan dan pendampingan HPP, Manajemen Keuangan, Manajemen Kewirausahaan dan Pendampingan media promosi digital. Target luaran yang diharapkan adalah peningkatan pengetahuan para penjual terkait dengan penentuan harga jual, manajemen keuangan manajemen kewirausahaan dan Pendampingan media promosi digital serta desain pemasaran produk mitra berbasis penjualan online dan peningkatan penjualan dengan cara ikut serta dalam *food delivery online platform disertai pendaftaran pada aplikasi pembayaran digital yang memudahkan dalam proses pembayaran.*

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (PPPM) Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya yang telah memberikan pendanaan internal dan memfasilitasi kegiatan ini. Juga, disampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberi dukungan dan bantuan guna terlaksananya kegiatan ini khususnya Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya serta Pengurus dan penjual pada SWK Deles

DAFTAR PUSTAKA

Armansyah, R. F., Kurniawati, S. L., Ilfitriah, A. M., Dwiati, A. R., Prasetya, M. S., Hayam, U., & Perbanas, W. (2022). Penguatan Kualitas Media Promosi Sentra Wisata Kuliner Klampis Ngasem Surabaya. *Kemitraan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *2*(2), 7–12. https://doi.org/10.14414/kedaymas.v2i2.2958

Bukit, F. R. A., A.S, G. G., Irvan, & Fahmi. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran Dan Promosi Produk Kuliner. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *3*(2), 229–236. http://www.jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JPPM/article/view/4317

Ghofirin, M., & Wahyuningtyas, E. T. (2018). Pelatihan Akuntansi Sederhana Untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Community Development Journal*, *2*(1), 1–7.

Handayani, R. (2020). Sosialisasi Penghitungan Harga Pokok Penjualan Dan Harga Jual Produk Pada Industri Lettering Dan Olahan Makanan Di Kota Surakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, *6*(1), 1–8.

Macpal, B., Morasa, J., & Tirayoh, V. (2014). Analisis Perhitungan Harga Pokok Penjualan Barang Produksi Pada Jepara Meubel Di Kota Bitung. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *2*(3), 1495–1503.

Mulyadi. (2014). *Akuntansi Biaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajeman YKPN.

Rafiah, K. K., & Kirana, D. H. (2019). Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital

e-ISSN : 2622-5719 | p-ISSN : 2622-5700

Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, *2*(1), 188–198. https://doi.org/10.36778/jesya.v2i1.45

Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner Kika's Catering di Media Sosial. *PRofesi Humas*, *3*(1), 102–119.

Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, *3*(2), 81. https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.649

Widhiastuti, R., Kardiyem, K., & Farliana, N. (2019). Model Akuntansi Sederhana Bagi UMKM Makanan Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *3*(1), 165. https://doi.org/10.30595/jppm.v3i1.4043

e-ISSN : 2622-5719 | p-ISSN : 2622-5700