Penerapan Pemasaran Digital Melalui Sosial Media dan Marketplace Dalam Membantu Peningkatan Penjualan di CV. RESTU IBU Gresik

Shah Khadafi[1], Choirul Anam[2], Brina Oktafiana[3], Ahmad Qolbin Salim[4]
Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya[1,2,3,4]
e-mail: khadafi@itats.ac.id

ABSTRACT

Usaha Kecil Menengah (UKM) are the drivers of the economy in Indonesia, their existence is very helpful to the state in helping the problem of poverty and unemployment. When the Covid-19 tragedy in early 2020 greatly reduced economic income, especially UKM, many were closed, lost, laid off some of their employees and at worst stopped operating. One of the furniture UKM, namely CV Restu Ibu in the city of Gresik also felt and experienced the impact of Covid-19, where some of its employees were laid off and stopped production. As a result, sales turnover has decreased dramatically and orders have become quiet. The Indonesian government through Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Ditjen Diktiristek) held an Abdimas competitive grant program. Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya (ITATS) as a private university in Surabaya, conducted University in Surabaya, conducts Abdimas activities funded by DG Diktiristek. Diktiristek. The Abdimas activities carried out by ITATS lecturers aim to to help promote CV Restu Ibu's products, namely furniture, as well as kitchen set through information technology. Creating CV Restu Ibu accounts on social media such as Instagram, Facebook, and Twitter make it easier for business owners to promote and sell their products. and sell their products. Creation of Shopee and Tokopedia online store accounts makes it easy to promote and introduce to a wide audience.

Keywords: *UKM furniture, media social, market place, CV Restu Ibu, Gresik.*

ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah penggerak roda ekonomi di negara Indonesia, keberadaannya sangat membantu negara dalam membantu permasalahan kemiskinan dan pengangguran. Ketika tragedy Covid-19 pada awal tahun 2020 sangat menurunkan pendapatan ekonomi terutama pelaku UKM, banyak yang tutup, rugi, memberhentikan sebagian karyawannya dan paling parah sampai berhenti beroperasi. Salah satu UKM furnitur adalah CV Restu Ibu yang berada di kota Gresik juga merasakan dan mengalami kejadian dampak dari Covid-19, dimana beberapa karyawannya diberhentikan dan berhenti produksi. Akibatnya omset penjualan berkurang drastis dan pesanan menjadi sepi. Pemerintah Indonesia melalui melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Ditjen Diktiristek) mengadakan program hibah bersaing Abdimas. Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya (ITATS) selaku Perguruan Tinggi swasta di Surabaya, melakukan kegiatan Abdimas yang didanai oleh Ditjen Diktiristek. Kegiatan Abdimas yang dilakukan oleh Dosen-dosen ITATS ini bertujuan membantu mempromosikan produk-produk CV Restu Ibu yaitu furniture, maupun kitchen set melalui teknologi informasi. Pembuatan akun CV Restu ibu pada sosial media seperi Instagram, Facebook,dan Twitter memudahkan pemilik usaha dalam mempromosikan dan menjual produknya. Pembuatan akun toko online Shopee dan Tokopedia memudahkan untuk melakukan promosi dan mengenalkan ke khalayak luas.

Kata kunci: UKM furniture, media sosial, market place, CV Restu Ibu, Gresik.

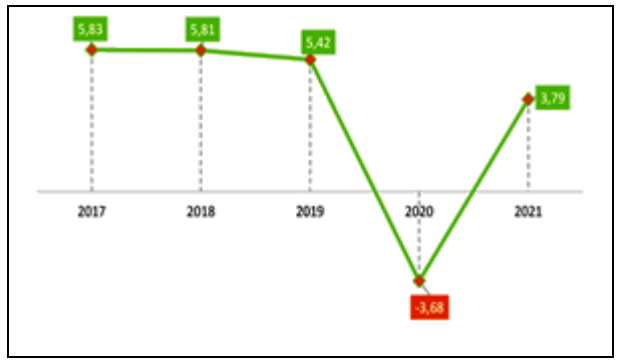
PENDAHULUAN

Pelaku usaha kecil menengah atau yang disingkat dengan UKM merupakan salah satu elemen penggerak perputaran roda ekonomi di negara Indonesia terutama dalam menangggulangi permasalahan penangguran dan kemiskinan. Pasca tragedi pandemi Covid-19 di negara Indoensia sangat memukul pendapatan ekonomi UKM. Beberapa kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dengan target masyarakat pada usia kerja produktif antara 19-40 tahun dalam upaya pemulihan perekonomian pasca Covid-19. Pemerintah melakukan stimulus kepada pelaku UKM dengan

meringankan pinjaman modal usaha ke Bank di bawah naungan pemerintah, memberikan tambahan bantuan modal usaha mandiri, dan mendukung pembiayaan modal usaha melalui bantuan dari lembaga pemerintahan terkait salah satunya mealui Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan atau disingkat DISKOPERINDAG.

Peran Perguruan Tinggi (PT) dalam mengimplementasikan Tri Dharma Perguruan Tinggi dilakukan melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat atau yang disingkat Abdimas. Kegiatan Abdimas dilakukan oleh civitas akademika ini dilakukan oleh PT melalui beberapa kegiatan yang dapat membantu menanggulangi atau menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh sebuah lingkungan masyrakat atau juga oleh pelaku UKM. Implementasi Abdimas yang dilakukan dengan menyampaikan prinsip dasar keilmuan yang kemudian diimplementasikan langsung ke UKM dengan beberapa kegiatan, diantaranya bagaimana pemasaran yang ideal, mendampingi kegiatan pelatihan untuk menciptakan produk inovasi yang terbaru, membantu legalitas izin usahanya agar diakui secrara resmi di kalangan masyarakat, dan beberapa kegiatan-kegiatan lain seperti pembuatan logo perusahaan [1]. Setiap civitas akademika dan bidang keilmuan apapun yang ada di PT alangkah baiknya berkontribusi terhadap perkembangan sebuah UKM baik oleh Dosen ataupun keaktivitasan mahasiswa.

Gresik adalah salah satu kabupaten di Jawa Timur yang juga mengalami pandemi virus Covid-19 sehingga berdampak terhadap ekonomi masyarakat terutama kepada pelaku UKM. Sesuai dengan informasi dari DISKOPERINDAG Kabupaten Gresik, Jawa Timur, pada tahun 2023 pelaku UKM yang tedaftar dan sesuai pada https://gresikkab.go.id/dokumen/umkm# bahwa tercatat sebanyak 7331 pelaku usaha kecil dan menengah di kabupaten Gresik [2]. Pertumbuhan ekomi di kabupaten Gresik pada saat ini mengalami peningkatan setelah mengalami penurunan karena pandemi Covid19 pada tahun 2020 yang juga melanda kota ini. Trend perekonomiam selama 5 tahun terakhir di kabupaten Gresik mengalami peningkatan pada tahun 2021 menuju sebesar 7,42% yang ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Statistik Pertumbuhan Ekonomi Kab. Gresik
sumber: https://gresikkab.bps.go.id/backend/images/PE-2022-ind.jpg

Salah satu pelaku UKM di kabupaten Gresik yaitu CV Restu Ibu yang terletak di Jl. Daendels, Desa Pekuncen, Raci Tengah, Kecamatan Sidayu, seperti yang ditunjukkan pada gambar 2. Bidang usaha yang ditekuninya yaitu pengerjaan furnitur baik untuk keperluan rumah tangga maupun untuk perkantoran. CV Restu Ibu berdiri semenjak tahun 2010 yang pada saat itu hanya dijalankan sendiri oleh pemiliknya yaitu Bapak Masbuchin. Desain furnitur yang sering dikerjakan oleh UKM ini desain minimalis dan sederhana yang memiliki kualitas dalam melakukan kombinasi bahan-bahan furnitur [3]. Ketika pandemi Covid-19, UKM ini juga mengalami penurunan omset akibat sepi pesanan akibat dampak dari pemberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Dampak sepinya pemesanan dari pelanggan masih dirasakan sampai saat ini paska pandemi Covid-19 [4], sehingga dibutuhkan penguatan dan dukungan dari segi materiil maupun non materiil.

Selain itu, jangkauan pelanggan CV Restu Ibu yang hanya terbatas warga sekitar desa Pekuncen, menjadi hambatan dalam mengembangkan usaha dan mendapatkan pelanggan baru.



Gambar 2. Lokasi CV Restu Ibu Pelaku UKM Furnitur
sumber: Pribadi

Kegiatan Abdimas ini merupakan bentuk implementasi wujud nyata dari Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya (ITATS) untuk berperan serta membantu dan mendukung CV Restu Ibu furnitur. Dukungan tersebut melalui hibah pendanaan yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemdikbudristek) melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Ditjen Diktiristek). Terdapat beberapa kegiatan Abdimas bagi CV Restu Ibu, diantaranya yaitu membuat sebuah website sebagai media digital perusahaan atau *company profile* [5], pembuatan akun mengembangkan informasi usaha dari CV Restu Ibu dengan mengembangkan website *company profile*, pembuatan akun *sosial media* sebagai media, dan pembuatan akun pada *market place* .

TINJAUAN PUSTAKA

Furnitur

Furniture adalah perlengkapan alat rumah tangga dan juga keperluan perkantoran yang digunakan untuk menyimpan dan menaruh benda-benda yang digunakan sehari-hari oleh orang di lingkungan sekitarnya. Furnitur untuk keperluan perkantoran seperti rak buku, lemari dokumen, loker buku, meja kerja maupun kursi. Sama dengan furnitur kantor, untuk keperluan rumah tangga hampir sama dengan perkantoran, furnitur keperluan rumah tangga lebih kompleks, dan lebih banyak mulai rak piring, rak baju, bingkai cermin, meja rias, rak etalase, pagar dan pintu rumah sampai dengan *kitchen set*. Bahan-bahan yang biasa digunakan dalam pembuatan furnitur bisa terbuat dari kayu, aluminium, kaca, dan bahan akrilik. Berbagai macam jenis desain furniture eksterior maupun interior, mulai gaya minimalis sampai gaya futuristik. Desain furnitur rumah biasanya menyesuaikan dengan keinginan pemilik yang menginginkan keinginan pemilik rumah yang ingin menciptakan kenangan momen-momen indah di dalam rumah.

Pemasaran Digital

Pada era digital ini setiap aktivitas dituntuk dapat dikerjakan melalui akses digital menggunakan teknologi digital. Teknologi digital membantu aktivitas sehari-hari baik itu untuk kegiatan pendidikan, hiburan, keuangan, maupun untuk kegiatan usaha dan promosi atau pemasaran. Teknologi digital pada perusahaan mulai sering digunakan sebagai proses produksi ataupun proses transaksi pada sebuah sistem [6]. Pemasaran digital adalah kegiatan promosi atau pengenalan produk hasil usaha atau produk terbaru yang memanfaatkan teknologi digital. Berbagai macam platform digital dapat digunakan untuk melakukan pemasaran digital mulai dari website

yang berisikan *company profile* [7], sosial media yang di dalamnya berisikan informasi-informasi perusahaan, toko online yang berisikan produk-produk usaha unggulan yang dijual.

Sosial Media

Saat ini memasuki era digital dan perkembangan teknologi dan platform digital dapat digunakan sebagai aktivitas sosial bermasyarakat. Interaksi yang dilakukan dengan cara memanfaatkan perangkat *gadget* baik berupa Handphone jenis Smartphone, Tablet, atau Laptop yang mempunya akses jaringan internet secara online. Beberapa *platform* perangkat lunak sosial media diantaranya yaitu Facebook, Instagram, Twitter, maupun WhatsApp, yang semuanya dapat dijadikan untuk menuangkan ide-ide kreatif, berbagi pikiran atau pendapat, serta dapat memperluas wawasan pengetahuan tentang informasi, mencari informasi tentang berita yang *trending* atau populer saat ini, atau bisa sebagai ajang melakukan promosi produk usaha atau jasa yang sedang dijalani. Dengan adanya platform digital ada banyak sisi positifnya terutama bagi pelaku UKM [8], diantaranya menjangkau pelanggan baru yang berpotensi, menentukan strategi penjualan melalui promosi di sosial media, dan yang terutama mengurangi biaya promosi produk unggulan melalui konten promosi.

Toko Online

Toko online atau istilah populernya *marketplace*, semakin hari semakin berkembang bersamaan dengan pertumbuhan sosial media dan maraknya para pelaku UKM yang melakukan promoisi penjualan produknya. Pada saat toko-toko konvensional atau tradisional harus bersusah payah melakukan perawatan, biaya sewa toko, biaya konsumsi listrik dan air, keamanan yang belum terjamin, dan harus melakukan perbaikan secara materiil bila ada kerusakan toko, hal ini sangat dirasa memberatkan bagi seorang pemiliki toko secara fisik. Tentunya berbanding terbalik dengan toko online, semua permasalahan yang dihadapi oleh toko secara fisik dapat dieliminasi/dikurangi, karena toko online hadir dengan memanfaatkan teknologi digital, platform digital, dan transaksi secara digital yang menggunakan sebuah perangkat gadget untuk mengoperasikan toko online. Kehadiran toko online sangat membantu bagi pelaku UKM dan beberapa produk brand terkenal atau yang istilah kerennya disebut dengan *merchant*, yang dimanfaatkan sebagai mengenalkan produk-produknya kepada pelanggannya atau calon pembeli. Beberapa marketplace yang paling laris digunakan oleh antara lain yaitu, Tokopedia, Shopee, Lazada, dan

METODE

Metode yang digunakan dalam melakukan pemasaran digital kepada UKM CV Restu Ibu furnitur, yaitu melalui pendekatan teknis secara deskriptif kualitatif yang umum digunakan pada fenomena sosial masyarakat. Dimana melalui pendekatan ini pelaku Abdimas yaitu beberapa dosen ITATS melakukan pendekatan secara personal melalui konsultasi dan bimbingan terhadap Bapak Masbuchin selaku pemilik CV Restu Ibu furniture. Pendekatan desktiptif kualitatif dilakukan melalui pengajuan pertanyaan-pertanyaan kepada Bapak Masbuchin yang fokus terhadap pertanyaan yang terbuka yang dapat mengungap fenomena baru atau permasalahan yang dihadapinya dalam mengembangkan pemasaran produk-produk CV Restu Ibu. Selain itu, untuk mengenalkan dan memudahkan kepada para pelanggannya terkait dengan nama UKM, maka dilakukan pula proses desain logo CV Restu Ibu.

Pendekatan Deskriptif dan Kualitatif ke UKM Restu Ibu

Pada kegiatan ini dilakukan beberapa tahapan proses diantraranya yaitu: wawancara, observasi, forum diskusi dan juga studi literature [9]. Semua aktivitas tersebut sangat berguna untuk

mengumpulkan data-data penting terkait dengan permasalahan dan solusi apa yang dibutuhkan untuk pengembangan UKM ini.

a. Wawancara: kegiatan ini betujuan ini untuk mendapatkan informasi spesifik mengenai profil UKM, alasan pemilik mendirikan perusahaan, pembagian kerja kepada karyawannya, cara pemasaran, dan kendala-kendala yang dihadapi dalam mengembangkan CV Restu Ibu seperti yang ditunjukkan pada gambar 3 (a). Terutama kendala dalam promosi secara digital atau pemasaran melalui *e-commerce*.
b. Observasi: kegiatan ini bertujuan untuk mengenali lingkungan kerja beserta budaya kerja yang dilakukan oleh CV Restu Ibu. Kegiatan ini dilakukan oleh tim Abdimasi secara langsung datang ke lokasi UKM yang terletak di Jl. Daendels, Desa Pekuncen, Raci Tengah, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik, Jawa Timur, seperti yang ditunjukkan pada gambar 3 (b)
c. Forum diskusi: setelah melakukan kegiatan sebelumnya, selanjutnya kegiatan yang dilakukan diskusi secara ilmiah yang membahas permasalahan yang dihadapi oleh UKM. Mengingat besarnya potensi yang dimliki oleh CV Restu Ibu, forum diskusi ini melibatkan Dosen dan mahasiswa dalam memberikan solusi-solusi praktis dan efisien untuk kegiatan pengoptimalan promosi produk furnitur melalui platform digital.
d. Studi literature: beberapa solusi-solusi yang telah didapatkan selanjutnya dicari literature atau bahan kajian dalam menyesuaikan aspek teoritis dan aspek aplikatif.



(a) (b) (c)

Gambar 3. a) Aktivitas Wawancara, b) Aktivitas Observasi, c) Forum diskusi
Sumber : pribadi

Desain Logo CV Restu Ibu



Gambar 4. Logo CV Restu Ibu
sumber: Pribadi

Filosofi dari logo yang dimiliki oleh sebuah perusahaan tertentu menjadi cerminan karakter dari tujuan dari perusahaan. Desain logo untuk UKM Restu Ibu yang bergerak di bidang mebel dan furnitur betujuan untuk mengenalkan branding atau representasi dari merk dagang usaha

yang ditekuni kepada khalayak luas. Logo yang digunakan nantinya dapat menjadi identitas khusus yang dapat dikenali oleh para pelanggannya.

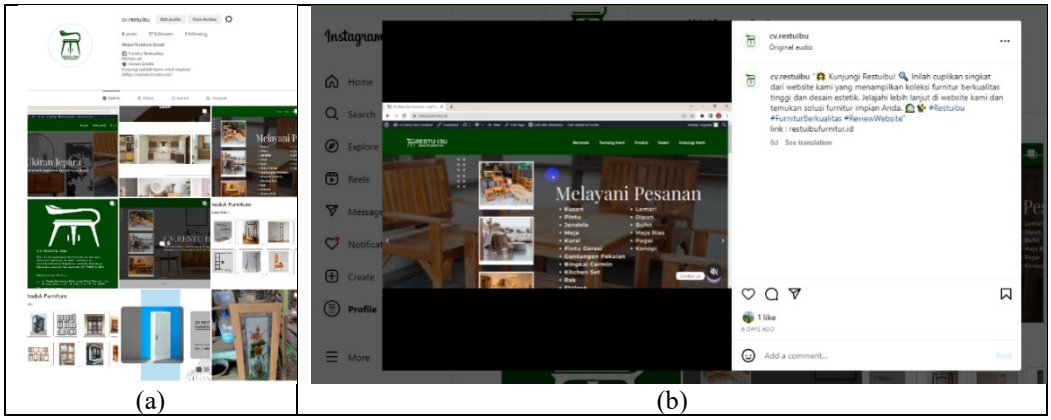
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang penerapan pemasaran digital produk-produk furniture CV Restu Ibu melalui sosial media dan *marketplace*.

Akun Media Sosial Instagram dan Facebook untuk CV Restu Ibu

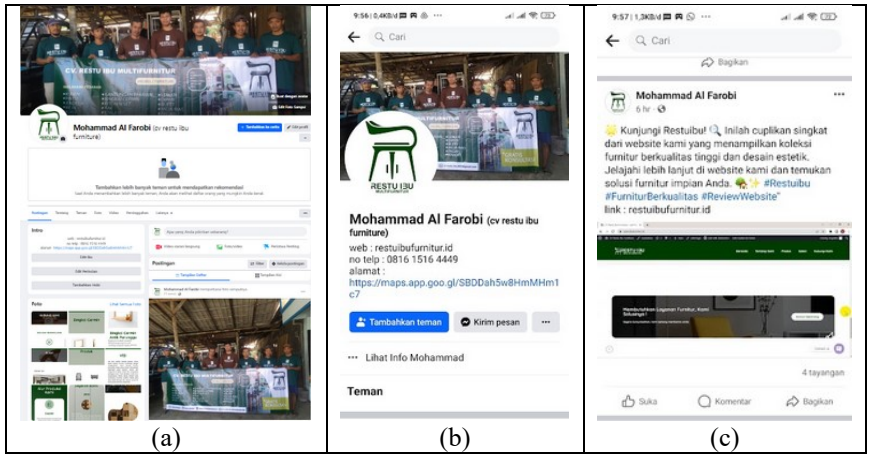
Akun media sosial yang dibuat untuk UKM ini menggunakan instagram (IG), Facebook, dan juga Twitter. Dimana ketiga platform aplikasi media sosial ini sangat trend dan popular pada saat ini dengan penggunanya hampir perorangan, perusahaan, ataupun organisasi di seluruh dunia.

Media sosial IG sangat digandrungi bagi mayoritas perusahaan atau organisasi, dimana penggunanya di Indonesia mencapai 106,72 juta jiwa, dan pengguna Indonesia peringkat nomor 4 di dunia [10]. Dengan IG memungkinkan penggunanya dapat melakukan pengunggahan media baik gambar maupun video. Akun IG CV Restu Ibu yaitu @cv.restuibu, yang di dalamnya berisikan profil singkat perusahaan, postingan produk furniture, dan katalog produk hasil pengerjaannya, sepert yang ditunjukkkan pada gambar 5.



(a) (b)

Gambar 5. a) Akun IG Produk Furnitur , b) Akun IG Halaman Profil
Sumber : @cv.restuibu



(a) (b) (c)

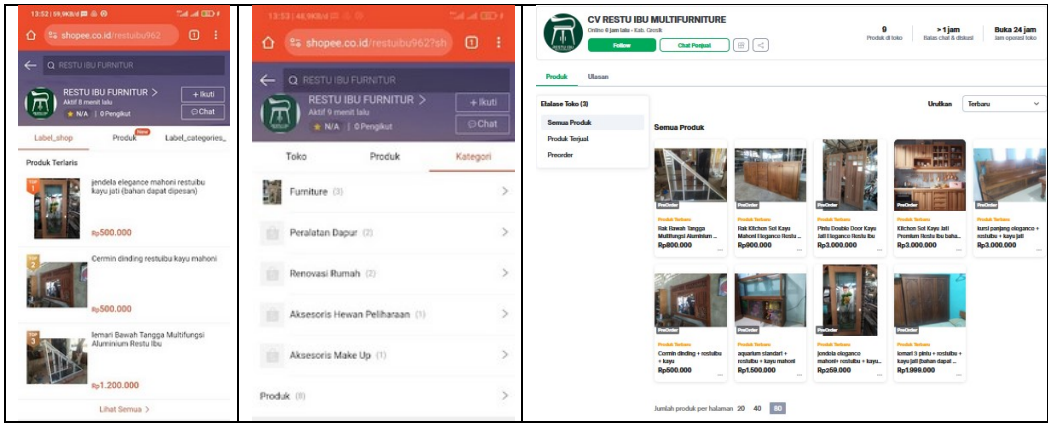
Gambar 6. a) Akun FB UKM Restu Ibu Furniture
Sumber : @cv.restuibu

Media sosial Facebook sangat popular di kalangan masyakarat dunia, yang penggunanya di Indonesia mencapai mencapai 205,4 juta jiwa [11]. Dengan menggunakan sosial media Facebook memungkinkan CV Restu Ibu menjangkau konsumen lebih luas lagi, memudahkan dalam mempromosikan dan menjeual produk furniturnya. Akun Facebook CV Restu Ibu yaitu Mohammad Al Farobi (cv restu ibu furniture). Di dalamnya berisikan company profile, reel yang berisikan aktivitas ketika sedang mengerjakan furniture, foto galeri yang berisikan katalog produk hasil pengerjaan furnitur dari UKM, seperti yang ditunjukkan pada gambar 6.

Akun Marketplace Shopee dan Tokopedia untuk CV Restu Ibu

Akun *Marketplace* yang dibuat untuk UKM memanfaatkan Shopee dan Tokopedia. Platform marketplace Shopee dan Tokopedia memang sangat trend dan popular karena memiliki banyak fitur, memudahkan para *merchant* mempromosikan produk jualannya baik perorangan, UKM, maupun perusahaan *branding* ternama.

Akun *Marketplace* Shopee sangat diminati bagi merchant skala kecil dan juga menengah ke atas. Karena Shopee memiliki banyak fitur yang sangat mendukung dalam berjualan memanfaatkan platform digital ini. fitur yang paling disenangi yaitu Shoppe Live yang penjualnya dapat melakukan *review* sambil langsung berinteraksi dengan calon pembelinya, dan fitur Shopee Video yang di dalamnya berisikan video produk singkat yang dapat menarik minat pembeli. Di dalamnya berisikan company profile, dan produk yang berisikan produk-produk furnitur, foto galeri hasil pengerjaan furnitur dari UKM, seperti yang ditunjukkan pada gambar 7.



Gambar 7. a) Halaman Beranda Shopee, b) Halaman Kategori Shopee
Sumber : @cv.restuibu

Akun *Marketplace* Tokopedia juga sangat digandrungi oleh para pelaku usaha kecil, menengah, sampai perusahaan yang besar sekalipun. Hal ini dikarenakan Tokopedia memiliki fitur yang sangat menarik bagi merchant, memiliki fitur unggulan dimana yang dijual menjadi produk unggulan, fitur feed dimana seller dapat membagi-bagi konten yang menarik calon penjual terhadap suatu produk, fitur top-ads yang memungkinkan produk yang dijual lebih mudah dilihat ketika dilakukan pencarian oleh pembeli, dan fitur pengiriman cepat yang memungkin pembeli dapat membeli produk cepat sampai. Selain itu, fitur Tokopedia juga dapat membantu bagi calon pembelinya diantaranya, fitur bebas ongkir selama syarat dan ketentuan berlaku.

KESIMPULAN

Hasil dari Abdimas yang dilakukan oleh penulis, dapat membantu Bp. Masbuchin selaku pemilik CV Restu Ibu dalam mempromosikan dan menjual kerajian furniturnya secara online menggunakan media sosial dan toko online. Proses pembuatan akun sosial media pada Twitter, Facebook, dan Instagram sangat memudahkan pemilik usaha dalam melakukan upload atau update hasil kerajinan furnitur. Dan, pembuatan akun toko online Shopee dan Tokopedia sebagai merchant untuk CV Restu Ibu dapat mengenalkan lagi hasil kerajinan furniturnya kepada khalayak luas, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan atau pemesanan. Penggunaan *Smartphone* untuk menjalan aplikasi sosial media (Instagram, Twitter, Facebook) dan toko online (Tokopedia, Shopee) setidaknya membutuhkan perangkat *Smartphone* yang spesifikasinya agak tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih sebanyaknya penulis ucapkan kepada Ditjen Diktiristek yang telah membantu dalam pendanaan kegiatan kegiatan ini, dan tidak kami ucapkan kepada Pimpinan dan YPTS ITATS yang telah mendukung untuk mengimplementasikan kegiatan Abdimas ke CV Restu Ibu perusahaan furnitur di Gresik.

DAFTAR PUSTAKA

[1] C. Anam, A. Nur Rochman, A. Fauzi, A. Nindyapuspa, and S. Khadafi, "Perancangan Desain Logo 'R3-Viora' sebagai Identitas Baru UKM Viora Collection, Tanggulangin, Sidoarjo," JAST J. Apl. Sains dan Teknol., vol. 3, no. 1, p. 50, 2019, doi: 10.33366/jast.v3i1.1287.

[2] P. Gresik, "Data UMKM Gresik," Gresik, 2023. https://gresikkab.go.id/dokumen/umkm#

[3] C. Anam, S. Khadafi, B. Oktafiana, and W. Y. Aditya, "Perancangan Desain Produk Furnitur Sederhana dengan Konsep Mix Material sebagai Inovasi Baru dalam Meningkatkan Produksi Mitra UMKM," J. Adipati, vol. 02, no. 02, pp. 100–105, 2023.

[4] H. Havifa, A. E. Zahara, and M. Ismail, "Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Umkm di Kecamatan Kuala Jambi Kabupaten Tanjung Jabung Timur," Al Itmamiy J. …, vol. 07, pp. 22–28, 2022, [Online]. Available: https://ejurnalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/AI/article/view/45

[5] S. Khadafi and C. Anam, "Perancangan Website Dan Akun Sosial Media Untuk Ukm Reviora Tanggulangin Sidoarjo Guna Menghadapi Era Industri 4.0," Pros. Semin. Nas. Pelaks. Pengabdi. Masy., no. September, pp. 13–19, 2019.

[6] E. Reky and S. Khadafi, "DIGITALISASI SISTEM INVENTORY DAN SISTEM BARCODE UNTUK MEMINIMALISIR KESALAHAN ENTRY DATA PADA PT," J. Integer, vol. 08, no. 01, pp. 60–69, 2023, doi: https://doi.org/10.31284/j.integer.2023.v8i1.4406.

[7] S. Khadafi, A. Salim, R. Prabowo, and A. Choirul, "Rancang Bangun Website UKM Reviora Tanggulangin Sidoarjo Menggunakan Metode Waterfall Sebagai Media Pemasaran Online," Semin. Nas. Sains dan Teknol. Terap. VII 2019, pp. 705–710, 2019.

[8] S. Priambada, "Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm)," Semin. Nas. Sist. Inf. Indones., no. November, pp. 2–3, 2015.

[9] P. Trulline, "Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce," J. Manaj. Komun., vol. 5, no. 2, p. 259, 2021, doi: 10.24198/jmk.v5i2.32746.

[10] M. A. Rizaty, "Pengguna Instagram di RI Capai 106,72 Juta hingga Februari 2023," DataIndonesia.id, 2023. https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023 (accessed Oct. 07, 2023).

[11] R. Mustajab, "Pengguna Facebook RI Naik Jadi 205,4 Juta pada Agustus 2023," DataIndonesia.id2, 2023. facebook-ri-naik-jadi-2054-juta-pada-agustus-2023 (accessed Oct. 07, 2023).