



PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK LOKAL

Syapril Janizar¹, Anggita Dwi Maharani², Anggita Awalina³, Annisa Nurul Fitria⁴, Fuji Resa Ratu Fedyza⁵

¹Program Studi Teknik Sipil, Universitas Winaya Mukti Bandung, Indonesia

^{2,3}Program Studi Akuntansi, Universitas Winaya Mukti Bandung, Indonesia

^{4,5}Program Studi Manajemen, Universitas Winaya Mukti Bandung, Indonesia

sjanizar@gmail.com¹, anggitaadm26@gmail.com², anggitaawalina21@gmail.com³, annisanurul402@gmail.com⁴

Article history

Received : 28 September 2024

Revised : 30 September 2024

Accepted : 30 September 2024

Kata Kunci: KKN, Desa Cipanjalu, Digital Marketing, Daya Saing, Sosialisasi dan Pelatihan

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat dilakukan oleh Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Winayamukti tahun 2024 berlokasi Desa Cipanjalu, Kecamatan Cilengkrang, Kabupaten Bandung. Tujuan pengabdian ini untuk memaksimalkan potensi besar dalam bidang pertanian, perkebunan dan pariwisata dengan penerapan *digital marketing*. Hal ini dilakukan dengan metode pelaksanaan kegiatan KKN dilakukan dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan melibatkan masyarakat secara langsung. Berkaitan dengan pemahaman akan teknologi digital yang semakin canggih, sehingga akses kegiatan usaha bisa berkembang pesat kedepanny. Tahap awal dilakukan dengan sosialisasi pengenalan Digital Marketing kepada masyarakat dalam upaya pengembangan kegiatan UMKM. Tahap selanjutnya dilakukan pelatihan pembuatan Marketplace, E-Payment Digital dan Google Bisnis. Hasil pengabdian masyarakat ini meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai digital marketing dan marketplace.

Abstract

Research was conducted by students of the 2024 Community Service Program (KKN) at Winaya Mukti University in Cipanjalu Village, Cilengkrang District, Bandung Regency. The implementation of this program is one of the mandatory extracurricular activities for undergraduate students (S-1) at Winaya Mukti University, with a credit weight of SKS. Through this program, students gain learning experiences by engaging directly with the community, identifying, formulating, solving, and addressing problems encountered in the field. The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0) has brought significant changes across various sectors, including the rural economy. Cipanjalu Village, Bandung Regency, holds great potential in agriculture, plantations, and tourism. However, to fully maximize this potential, there is a need for the

<p>Keywords:KKN,Cipanjalu Village, Digital Marketing, Competitiveness, Socialization and Training</p>	<p><i>application of digital marketing to increase awareness outside of Cipanjalu Village, expand market reach, and enhance the competitiveness of local products in the digital era. The digital marketing training program aims to improve the understanding and skills of the Cipanjalu Village community in using digital technology for product marketing. The KKN program was implemented through socialization and training, involving the community directly. It was aimed at improving their understanding of advanced digital technology, which can significantly accelerate business activities in the future. This research was carried out in stages, beginning with the introduction of Digital Marketing to the community as an effort to develop local micro, small, and medium enterprises (MSMEs), followed by training on creating a marketplace, digital payment systems (e-payment) and Google My Business.</i></p>
	<p>© 2024 Some rights reserved</p>

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk suatu pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat dan merupakan salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Dengan diadakannya KKN diharapkan seorang mahasiswa semakin matang dengan disiplin keilmuannya. KKN juga berupaya mewujudkan pendidikan yang lebih efektif yaitu pendidikan yang langsung dialami oleh mahasiswa, jadi tidak hanya sekadar materi, tetapi yang lebih penting adalah aplikasi dari teori-teori yang telah diperoleh dibangku kuliah yang harus diterapkan didalam lingkungan masyarakat. Selain itu terkadang teori-teori yang telah kita dapat dibangku kuliah ternyata tidak sama dengan kenyataan yang ada didalam lingkungan masyarakat. Sebagai peserta KKN kita harus bisa menyesuaikan dengan kenyataan yang ada. Kita tidak hanya paham tentang teori saja, melainkan kita harus bisa menerapkan dan belajar dari pengalaman-pengalaman yang telah kita dapat didalam lingkungan masyarakat dari pengalaman tersebut kita dapat menjadikan pemikiran kita menjadi lebih dewasa.

Era Industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor ekonomi desa. Desa Capanjalu, Kabupaten Bandung, memiliki potensi besar dalam bidang pertanian, perkebunan dan pariwisata. Namun, untuk memaksimalkan potensi ini, perlu adanya penerapan digital marketing untuk meningkatkan attensi masyarakat di luar Desa Cipanjalu dan memperluas cakupan pasar serta meningkatkan daya saing produk desa di era digital.

Era industri 4.0 adalah suatu perubahan dalam dunia industri yang mengutamakan pemanfaatan internet dalam lini produksi. Perkembangan

teknologi informasi telah menciptakan dunia industri yang lebih kompetitif. Industri 4.0 menggabungkan teknologi otomatisasi dan teknologi cyber, termasuk tren otomatisasi dan pertukaran data dalam berbagai teknologi bisnis seperti Internet of Things (IoT), komputasi awan, dan komputasi kognitif (Bambang & Diaz, 2020).

Desa Cipanjalu memiliki potensi yang besar di sektor pertanian dengan produk unggulan seperti sayuran, kentang. Selain itu, perkebunan kopi di desa ini juga memiliki kualitas yang sangat baik dan berpotensi besar untuk di pasarkan secara lebih luas. Namun, tantangan yang di hadapi adalah bagaimana memasarkan produk unggulan ini agar di kenal lebih luas dan mampu bersaing di pasar yang lebih besar. Oleh karena itu penerapan digital marketing menjadi sangat penting. Digital marketing memungkinkan pemasaran yang lebih efisien, efektif dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relative rendah. Dengan adanya pelatihan kewirausahaan yang fokus pada digital marketing, di harapkan para pelaku usaha di Desa Cipanjalu dapat memahami dan menguasai teknik-teknik pemasaran modern ini.

Pelatihan dan Penerapan Digital Marketing di Desa Cipanjalu menjadi bagian penting dari upaya meningkatkan pemahaman masyarakat tentang cara memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk. Melalui program ini, masyarakat diajak untuk mengenal lebih dalam tentang platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan website, serta bagaimana mengoptimalkannya untuk meningkatkan visibilitas produk lokal. Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis masyarakat dalam membuat konten yang menarik dan relevan, sehingga produk yang dihasilkan memiliki nilai tambah di mata konsumen.

Perkembangan bisnis saat ini telah berpindah dari sistem konvensional ke sistem digital, hal ini didukung dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia (Fadly & Sutama, 2020). Penggunaan sosial media dalam strategi pemasaran dapat memberikan kenyamanan pada konsumen, hal tersebut merupakan salah satu keunggulan dalam penggunaan media sosial, konsumen dapat bertransaksi dengan lebih efektif dan efisien (Ana, Lailatul, dkk, 2022). Penggunaan teknologi sebagai pemasaran sangat penting untuk keberlangsungan UMKM. Strategi pemasaran online berpengaruh positif terhadap peningkatan laba UMKM. (Setiawati & Widyartati, 2017).

Penelitian ini berfokus pada bagaimana penerapan digital marketing dapat meningkatkan daya saing produk lokal di Desa Cipanjal, sekaligus mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam proses penerapannya. Dengan demikian, diharapkan hasil dari pelatihan dan pengenalan digital marketing ini dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan ekonomi desa, serta menjadi model bagi desa-desa lain yang ingin mengikuti jejak serupa dalam memanfaatkan teknologi digital di era Industri 4.0.

BAHAN DAN METODE

Bahan yang digunakan untuk meningkatkan daya saing produk lokal Desa Cipanjal melalui digital marketing ini yaitu melalui kegiatan workshop pengenalan pentingnya digital marketing di industri sekarang. Serta pelatihan yang dilakukan secara langsung kepada masyarakat.

Bahan

Bahan yang digunakan penerapan Digital Marketing di industri 4.0 ialah menggunakan aplikasi Gopay Merchant dan Google bisnis.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode sosialisasi pengenalan, pelatihan digital marketing, dan kegiatan door to door kepada setiap para pelaku usaha yang berada di Kampung Palintang RW. 10 Desa Cipanjal. Dengan memanfaatkan teknologi ini, usaha-usaha di Desa Cipanjal dapat meningkatkan jangkauan pelanggan, memudahkan transaksi, dan beradaptasi dengan tuntutan pasar di era Industri 4.0.

Kegiatan ini diharapkan dapat membangun fondasi digital bagi UMKM di Desa Cipanjal untuk tumbuh dan bersaing di pasar yang lebih luas. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk melakukan lebih rinci dan mendalam mengenai bagaimana kegiatan tersebut berjalan, bahwa kemajuan teknologi digital belum seimbang dengan sumber daya manusia disana, mayoritas keadaan penduduknya adalah Bertani, akan tetapi

dari hasil pertanian tersebut tidak bisa di manfaatkan secara pemasarannya, padahal untuk pemasaran online sekarang lebih mudah di akses.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan internet dan media digital lainnya serta teknologi dalam mendukung Marketing modern telah memunculkan serangkaian label dan jargon yang diciptakan oleh para akademisi dan professional. Seperti Digital Marketing, internet Marketing dan web Marketing.

Digital Marketing merupakan platform yang digunakan oleh pengusaha, investor, perusahaan berbasis produk, dan unit lainnya untuk mempromosikan produk atau jasa yang mereka tawarkan (Hasan and Grave, 2021).

Dapat disimpulkan bahwa Digital Marketing tidaklah ada batasan sebab perusahaan dapat menggunakan perangkat apapun misalnya handphone, tablet, televisi, laptop, dan juga melalui social media, email, video dan SEO dan masih banyak lagi yang dapat dipergunakan untuk mempromosikan produk dan jasa perusahaan tersebut.

Pengguna internet yang semakin meningkat berpengaruh pada perkembangan e-commerce di Indonesia, khususnya forum jual-beli online. E-Commerce merupakan proses pembelian dan penjualan jasa dan barang-barang secara elektronik dengan transaksi bisnis terkomputerisasi menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lain. (C. Laudon dan P. Laudon, 2005)

Untuk kegiatan sosialisasi mengenai penerapan digitalisasi marketing dalam usaha kecil, kami berfokus dalam beberapa hal, diantaranya :

Pengenalan Digital Marketing

Dalam kegiatan pengenalan ini dilakukan agar masyarakat khususnya pelaku usaha (UMKM) yang hadir bisa memahami apa itu digital marketing, bagaimana proses penggunaan digital marketing, dan nantinya diharapkan masyarakat khususnya pelaku usaha tersebut mampu mengoptimalkan sasaran pasarnya melalui platform digital seperti Marketplace Shopee, Tokopedia, Instagram, Tiktok, dan Google Bisnis untuk menjangkau konsumen sebanyak - banyaknya guna pemasaran produk tidak hanya dilingkup daerah saja bahkan bisa sampai mancanegara.



Gambar 1. Workshop pengenalan digital marketing di era industri 4.0

Pelatihan dan Pembuatan Google Bisnis dan System Marketplace

Dalam kegiatan ini kami memberikan pemahaman sekaligus pelatihan kepada para pelaku usaha untuk membuat akun google bisnis dimana media yang digunakan adalah media electronic seperti handphone atau laptop. Adapun manfaat dari penerapan Google business ini adalah

- Meningkatkan Visibilitas Online: Membantu bisnis lokal muncul di hasil pencarian Google dan Google Maps, memudahkan calon pelanggan menemukan informasi penting seperti lokasi dan jam operasional.
- Pemasaran Gratis: Google Bisnis merupakan alat pemasaran yang efektif tanpa biaya, memungkinkan promosi bisnis tanpa perlu mengeluarkan dana besar.
- Memudahkan Interaksi dengan Pelanggan: Pelanggan dapat memberikan ulasan dan rating, membantu bisnis berinteraksi langsung serta membangun reputasi online.

- Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan: Informasi lengkap dan ulasan positif di Google Bisnis meningkatkan kepercayaan dan reputasi bisnis.
- Analisis Perilaku Konsumen: Menyediakan data mengenai interaksi pelanggan, membantu pemilik usaha mengoptimalkan strategi pemasaran.
- Promosi yang Terfokus: Memungkinkan bisnis membuat postingan tentang produk baru atau penawaran khusus, menjaga relevansi dan menarik perhatian pelanggan.

Selain, pembuatan akun Google Bussines untuk para pelaku usaha, kami berikan informasi terkait beberapa system dari hasil digitalisasi marketing ini, salah satu diantaranya adalah marketplace, yang mana disini pelaku usaha kami berikan pemahaman dan pelatihan terkait beberapa media yang digunakan untuk marketplace, kami menyarankan marketplace yang di gunakan untuk kegiatan bisnis para pelaku usaya nya yaitu dengan menggunakan platform TiktokShop hal ini dikarenakan media TiktokShop sekarang lebih populer dibanding dengan marketplace lainnya sehingga lebih memudahkan dalam menarik minat konsumen. Adapun, manfaat penggunaan Tiktok sebagai media yang digunakan untuk marketplace :

- Jangkauan Audiens yang Luas: TikTok memiliki jutaan pengguna aktif dengan tingkat keterlibatan yang tinggi, memungkinkan bisnis menjangkau audiens secara cepat dan luas.
- Meningkatkan Brand Awareness: TikTok memfasilitasi konten viral dan kreatif, memungkinkan peningkatan kesadaran merek dalam waktu singkat.
- Target Pasar yang Relevan: Basis pengguna muda dan algoritma yang tepat sasaran membantu bisnis menargetkan audiens yang sesuai.
- Pemasaran yang Hemat Biaya: TikTok menawarkan iklan terjangkau dan potensi viral organik tanpa biaya besar.
- Fitur E-Commerce Terintegrasi: TikTok Shop memungkinkan pembelian langsung di platform, serta tautan ke marketplace yang memudahkan transaksi.
- Influencer Marketing yang Efektif: Kolaborasi dengan influencer memperluas jangkauan dan kredibilitas produk melalui ulasan dan promosi organik.
- Meningkatkan Engagement dan Interaksi: TikTok mendukung interaksi melalui komentar dan tren challenge untuk meningkatkan keterlibatan pengguna.
- Pemanfaatan Data untuk Optimalisasi: TikTok menyediakan alat analitik untuk

- mengoptimalkan strategi pemasaran berdasarkan perilaku pengguna.
- Meningkatkan Konversi Penjualan: Konten kreatif dan testimoni visual memicu pembelian impulsif dan memperkuat keputusan konsumen.
- Tren dan Inovasi Terbaru: TikTok memungkinkan bisnis mengikuti tren terkini dan bereksperimen dengan berbagai format video untuk menarik perhatian lebih.



Gambar 2. Sosialisasi dan pembuatan akun marketplace dan google bisnis Bersama Kelompok Tani

Pelatihan dan Penyuluhan dalam Pembuatan Qris sebagai media E-Payment

Kegiatan ini dilaksanakan di beberapa UMKM secara langsung dengan bentuk penyuluhan sekaligus pelatihan langsung terkait tata cara pembuatannya dengan upaya untuk lebih memudahkan dan menarik minat konsumen yang lebih banyak, kegiatan ini diusahakan untuk menunjang kemajuan zaman yang sekarang berada di era 4.0, sehingga proses pembayaran pun bisa dengan mudah diakses melalui media electronic atau pembayaran elektronik melalui media QRIS.

Adapun manfaat dari penerapan E-Payment menggunakan Qris ini adalah:

- Kemudahan Transaksi Non-Tunai: Pelanggan dapat membayar secara digital menggunakan berbagai aplikasi pembayaran, membuat transaksi lebih cepat dan praktis.
- Transaksi Aman dan Efisien: Mengurangi risiko kehilangan uang tunai, serta memantau transaksi secara real-time melalui aplikasi.
- Akses ke Berbagai Layanan Pembayaran: Satu kode QR dapat menerima pembayaran dari berbagai aplikasi dompet digital, membuat transaksi lebih inklusif.
- Memperluas Jangkauan Pelanggan: QRIS menarik pelanggan yang lebih suka membayar digital, terutama generasi muda.
- Transaksi Tercatat dan Transparan: Semua transaksi otomatis tercatat, memudahkan pengelolaan laporan keuangan.

- Mendukung Cashless Society: QRIS mendukung inisiatif pemerintah dalam menciptakan masyarakat yang terbiasa dengan transaksi digital, yang sejalan dengan perkembangan ekonomi digital di era Industri 4.0.



Gambar 3. Tata cara pembuatan QRIS

Ada beberapa pihak yang terlibat dalam penggunaan dan penyediaan fasilitas e-payment, yakni:

- Pihak pembeli yang melakukan pembayaran dengan metode e-payment
- Pihak penjual yang menerima e-payment
- Issuer, berupa lembaga bank atau lembaga non bank
- Pihak pengontrol regulasi (regulator), biasa pihak yang mengawasi dan mengatur proses e-payment adalah pemerintah.

Output Kegiatan :

1. Penggunaan Google Bisnis: Warga memiliki akun Google Bisnis yang aktif dengan informasi usaha lengkap dan teroptimasi.
2. Penerapan QRIS: Pelaku usaha di Desa Cipanjalu telah mendaftar dan menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran.
3. Keterampilan Digital Marketing: Peserta memiliki pemahaman tentang bagaimana memanfaatkan Google Bisnis untuk promosi online.
4. Integrasi Teknologi Digital: Warga desa mampu menggabungkan pemasaran digital dengan metode pembayaran non-tunai untuk menciptakan pengalaman belanja yang modern dan efisien.

Penerapan digital marketing melalui Google Bisnis dan penerapan QRIS sebagai metode

pembayaran di Desa Cipanjalu dapat memperkuat daya saing UMKM lokal. Dengan memanfaatkan teknologi ini, usaha-usaha di desa dapat meningkatkan jangkauan pelanggan, memudahkan transaksi, dan beradaptasi dengan tuntutan pasar di era Industri 4.0.

Kegiatan ini diharapkan dapat membangun fondasi digital bagi UMKM di Desa Cipanjalu untuk tumbuh dan bersaing di pasar yang lebih luas.



Gambar 4. Tampilan google bisnis yang sudah direalisasi



Gambar 5. Pelaku usaha yang sedang membuat google my bussines dan sudah terdaftar.

Keberadaan marketplace memang sangat membantu masyarakat di Desa Cipanjalu ini untuk terus menikmati kemudahan dalam berbelanja secara online. Dengan memanfaatkan marketplace, maka seseorang dapat berbelanja hanya dengan satu klik saja bahkan dimana pun mereka berada. Begitu juga cakupan penjualannya, kini hampir di semua pelosok daerah telah bisa memanfaatkan cara berbelanja baru ini. Bagi pemilik marketplace itu sendiri tidak memiliki tanggung jawab akan barang-barang yang dijual. Pasalnya, pemilik hanya menyediakan tempat bagi mereka yang ingin melakukan transaksi jual beli dengan para pelanggan yang ada. Transaksi ini sendiri bahkan dapat dilakukan dengan cara yang mudah dan simple.



Gambar 6. Pelaku Usaha (UMKM) Ibu Sariyuli Pedagang seblak Prasmanan yang terletak di kamdur tepatnya di Kp. Palintang RW 10



Gambar 7. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Ibu Hayati Warung Jajanan yang bernama Layang Sari yang terletak di kamdur tepatnya di Kp. Palintang RW 10



Gambar 8. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Ibu Deti Dwi Lestari Warung Seblak yang terletak di Kp. Palintang RW 10

Dengan Penerapan Qris sebagai alat untuk transaksi pembayaran, pembayaran bisa lebih mudah dan efisien, inklusi keuangan berjalan lebih cepat, UKM lebih maju, dan pada akhirnya bisa mendorong pertumbuhan ekonomi secara lebih maksimal di daerah Desa Cipanjalu ini.

KESIMPULAN

Melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tema "Penerapan Digital Marketing di Era Industri 4.0 dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal: Pengenalan dan Pelatihan," beberapa langkah strategis telah berhasil diterapkan untuk mendukung peningkatan daya saing produk lokal di Desa Cipanjalu. Pengenalan dan pelatihan pembuatan Google Bisnis, penggunaan marketplace, dan penerapan transaksi digital menggunakan QRIS menjadi fokus utama dalam program ini. **Pelatihan Google Bisnis** membantu para pelaku usaha lokal untuk meningkatkan visibilitas mereka secara online, mempermudah calon pelanggan menemukan informasi bisnis, dan memperluas jangkauan pasar mereka. **Melalui Marketplace**, produk lokal desa dapat diakses lebih luas, meningkatkan potensi penjualan ke pasar yang lebih besar di luar desa. Sementara itu, **Penerapan Transaksi Digital dengan QRIS** memberikan kemudahan dan keamanan dalam proses pembayaran, memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi non-tunai serta menciptakan ekosistem cashless yang lebih efisien. Secara keseluruhan, penerapan digital marketing melalui platform ini telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing produk lokal, membuka peluang lebih luas bagi pelaku usaha lokal untuk berkembang dalam era digital dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Cipanjalu.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada Dr. Ir. Syapril Janizar, MT, MM, IPM, ACPE, ASEAN Eng selaku Dosen Pembimbing Lapangan KKN-PM Desa Cipanjalu Kecamatan Cilengkrang yang sudah membimbing kami sehingga program KKN ini dapat terlaksana dengan baik dan tepat pada waktunya. Terimakasih kami ucapkan kepada seluruh aparat Desa Cipanjalu, Kecamatan Cilengkrang, Kabupaten Bandung, serta Kepada Ketua RW 10, Ketua RT 01-07, Kepada Kelompok Tani, dan Kepada Masyarakat RW.10 Kp.Palintang. Terimakasih juga kami ucapkan kepada anggota kelompok yang telah membantu dan menyukseskan kegiatan dan memberikan izin kepada kami untuk melakukan program kerja. Tak lupa kami ucapkan terima kasih kepada peserta yang telah berpartisipasi dalam kegiatan yang kami selenggarakan, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

DAFTAR PUSTAKA

Amdrianto.S. 2023. Penerapan Digital Marketing Strategi Pemasaran. *Journal Economy*

Management Business and Entrepreneur, Vol 1, No 1.

- Anggaraeni, A. F., Anisarida, A. A., Janizar, S., & Amijaya, D. T. (2024). Kualitas Sistem Informasi Manajemen Dan Efektivitas Pengambilan Keputusan Pada Perusahaan Konstruksi Di Jawa Barat Dari Perspektif: Teknologi Informasi, Manajemen Pengetahuan Dan Pengendalian Internal. *Jurnal Teknik Sipil Cendekia (Jtsc)*, 5(2), 1018-1039.
- Erwin, S.E., M.M., C.DMP Dr. Elia Ardyan, SE., MBA. Arifai Ilyas, S.E., M.M. Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. Fadliyani Nawir, S.T., M.Ds. Rina Sovianti, S.IP., M.I.Kom. Maria Augustin Lopes Amaral, SE., MM Dr. Zunan Setiawan, SE., MM. Devit Setiono, S.Kom., M.Kom. CSOProf. Dr. Musran Munizu, SE., M.Si., . CIPM., CBOA., CSOPA, 2023, *Digital Marketing: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*, PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ivonne Ayesha. I Wayan Adi Pratama. Syahril Hasan. Amaliyah. Nur Ika Effendi. Tri Yusnanto. Ni Desak Made Santi Diwyarthi Ristianawati Dwi Utami. Adhy Firdaus. Mumuh Mulyana. Fitriana. Norhidayati. Ash Shadiq Egim, 2022, *Digital Marketing: Tinjauan Konseptual*, PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Janizar, S., Priatna, D. K., Roswinna, W., Anisarida, A. A., & Yulianti, M. L. (2023). The Influence of Leadership Style and Work Environment on Motivation and Its Implications on Performance PT. *Nuansa Citramandiri. Greenation International Journal of Tourism and Management*, 1(3), 253-269.