

Community Service

**Digital Marketing Assistance Through Google Maps
Application in an Effort to Improve UMKM Development
in Jayamulya Village, Kroya District, Indramayu Regency****Putri Rahmah N.**

Universitas Wiralodra Indramayu

E-mail: putriahmah533@gmail.com**Ati Agustin C.**

Universitas Wiralodra Indramayu

E-mail: atiagustin19@gmail.com**Yosi Nopiyanti**

Universitas Wiralodra Indramayu

E-mail: yosinopiyanti171@gmail.com

Copyright © 2025 by Authors, Published by Kawakib: Journal of Multidisciplinary Research.

Received : November 17, 2024

Revised : December 10, 2024

Accepted : December 20, 2024

Available online : January 28, 2025

How to Cite: Putri Rahmah, Ati Agustin C, & Yosi Nopiyanti. (2025). Digital Marketing Assistance Through Google Maps Application in an Effort to Improve UMKM Development in Jayamulya Village, Kroya District, Indramayu Regency. *Kawakib: Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 8-15. Retrieved from <https://kawakib.kjii.org/index.php/i/article/view/9>

Abstract

Jayamulya Village, located in Kroya District, Indramayu Regency, is a village with lower-middle economic potential, dominated by the agricultural sector, especially rice. However, Jayamulya Village still faces significant challenges in terms of human resource development, especially related to digital management capabilities, which are very important in the current era of globalization and digitalization. One sector that is greatly affected by these limitations is the Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) sector, which has not had a significant economic impact in this village. The support program that is being held aims to overcome the economic problems faced by UMKM actors in Jayamulya Village. This program focuses on efforts to increase the capacity of UMKM actors who are still not optimal in marketing their products. One of the solutions offered is effective digital management, including the use of Google Maps to register their businesses. Through this registration, UMKM can include detailed information such as operating hours, telephone numbers, addresses, and business descriptions, which will certainly help potential customers in getting relevant and complete information. In addition, this program also aims to provide education to UMKM about the importance of marketing through digital platforms, so that

Digital Marketing Assistance Through Google Maps Application in an Effort to Improve UMKM Development in Jayamulya Village, Kroya District, Indramayu Regency

Putri Rahmah N., Ati Agustin C., Yosi Nopiyanti

they can reach a wider target consumer. Data for this program was obtained through survey methods, interviews, and direct observation of business actors in the village, which were then analyzed using qualitative and quantitative approaches. This approach involves training and guidance related to market segmentation, marketing strategies, and the importance of digital presence for UMKM, especially through registration on Google Maps. The results of this program are expected to help UMKM in Jayamulya Village to increase their sales and, ultimately, contribute to improving the village economy as a whole. In addition, this program also provides a direct approach to evaluate whether there are significant changes in business actors after the implementation of the program, so that the objectives of this service can be achieved properly and provide sustainable benefits for the Jayamulya Village community.

Keywords: Jayamulya Village, UMKM, Digital Management, Digital Marketing, Google Maps.

Pendampingan Digitalisasi Marketing Melalui Aplikasi Google Maps dalam Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM di Desa Jayamulya Kecamatan Kroya Kabupaten Indramayu

Abstrak

Desa Jayamulya, yang terletak di Kecamatan Kroya, Kabupaten Indramayu, merupakan desa dengan potensi ekonomi menengah ke bawah, yang didominasi oleh sektor pertanian, khususnya padi. Meskipun demikian, Desa Jayamulya masih menghadapi tantangan signifikan dalam hal pengembangan sumber daya manusia, terutama terkait dengan kemampuan pengelolaan digital, yang sangat penting dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini. Salah satu sektor yang sangat terpengaruh oleh keterbatasan ini adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang belum memberikan dampak ekonomi yang signifikan di desa ini. Program pendukung yang diselenggarakan bertujuan untuk mengatasi masalah ekonomi yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Desa Jayamulya. Program ini berfokus pada upaya peningkatan kapasitas pelaku UMKM yang masih belum optimal dalam pemasaran produk mereka. Salah satu solusi yang ditawarkan adalah pengelolaan digital yang efektif, termasuk pemanfaatan Google Maps untuk mendaftarkan bisnis mereka. Melalui pendaftaran ini, UMKM dapat menyertakan informasi yang terperinci seperti jam operasional, nomor telepon, alamat, dan deskripsi bisnis, yang tentunya akan membantu calon pelanggan dalam mendapatkan informasi yang relevan dan lengkap. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk memberikan edukasi kepada para pelaku UMKM mengenai pentingnya pemasaran melalui platform digital, sehingga mereka dapat mencapai target konsumen yang lebih luas. Data untuk program ini diperoleh melalui metode survei, wawancara, dan observasi langsung terhadap pelaku usaha di desa, yang kemudian dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan ini melibatkan pelatihan dan bimbingan terkait segmentasi pasar, strategi pemasaran, dan pentingnya kehadiran digital bagi UMKM, terutama melalui pendaftaran di Google Maps. Hasil dari program ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM di Desa Jayamulya untuk meningkatkan penjualan mereka dan, pada akhirnya, berkontribusi pada peningkatan ekonomi desa secara keseluruhan. Selain itu, program ini juga memberikan pendekatan langsung untuk mengevaluasi apakah terjadi perubahan yang signifikan pada pelaku usaha setelah implementasi program, sehingga tujuan pengabdian ini dapat tercapai dengan baik dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat Desa Jayamulya.

Kata Kunci: Desa Jayamulya, UMKM, Manajemen Digital, Marketing Digital, Google Maps.

PENDAHULUAN

Desa Jayamulya, yang terletak di Kecamatan Kroya, Kabupaten Indramayu, memiliki luas wilayah 1.228,00 Ha, yang didominasi oleh pertanian tradisional, yang terdiri dari 4 Blok dengan 7 Rukun Warga (RW) dan 21 Rukun Tetangga (RT).

Desa Jayamulya memiliki keunggulan potensial dalam pertanian dengan luas lahan sawah mencapai 970,00 Ha, seperti yang disampaikan oleh Kepala Desa.

Selain itu, di Blok Rehobot, RT 11/RW 7, terdapat potensi usaha mikro kecil Kulit Lumpia yang diproduksi secara rumahan. Namun, masih terdapat kekurangan dalam pemasaran produk ini, yang hanya bergantung pada 1-2 pedagang untuk distribusi.

Selain itu UMKM Kulit Lumpia Usman di Desa Jayamulya tersebut belum memahami pentingnya Digitalisasi dalam memasarkan produknya sehingga hanya mengandalkan pemasaran melalui pasar. Menyebabkan kurangnya pemahaman akan pentingnya konsumen mengetahui keberadaan UMKM (Tempat Produksi)

Kewirausahaan memiliki peran penting dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia karena dapat merangsang inovasi dan kemampuan individu dalam mengimplementasikan ide-ide dan kreativitasnya (Mutiarasari, 2018). Sedangkan menurut Kurniullah, dkk wirausaha adalah individu yang memiliki kemerdekaan dan kemampuan untuk hidup secara mandiri dalam menjalankan usaha, bisnis, atau kehidupannya. (Kurniullah, Simarmata, & dkk, 2021).

Agar dapat meningkatnya perekonomian pada bidang kewirausahaan maka diperlukan pemasaran produk untuk dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dengan menerapkan bauran pemasaran 4P yaitu promotion, place, product, dan price.

METODE

Penggalan data dilakukan pada saat survey dengan metode wawancara dan observasi kepada mitra yaitu Kulit Lumpia Usman di Desa Jayamulya, Data tersebut digunakan untuk memetakan permasalahan dan Menyusun strategi penyelesaian masalah nya.

Metode penyampaian yang digunakan melalui dua cara, yang pertama adalah memberikan pelatihan dan asistensi terkait segmentasi dan bauran pemasaran digitalisasi serta Pendaftaran Google Maps. Metode ini bertujuan agar pelaku usaha mikro kecil dapat memaksimalkan penjualannya sehingga dengan diadakannya program ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian Desa Jayamulya, Kecamatan Kroya.

Metode penyampaian yang kedua yaitu dalam bentuk pendaftaran dan edukasi kepada pelaku mikro kecil yang ada pada Desa Jayamulya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Digitalisasi Marketing di Desa Jayamulya

Program kerja pendukung yang bermitra dengan UMKM di Desa Jayamulya telah berhasil memberikan dampak signifikan dalam pengembangan strategi pemasaran bagi para pelaku usaha mikro kecil. Salah satu inisiatif utama adalah pendaftaran UMKM pada aplikasi Google Maps sebagai langkah menuju pemasaran digital. Langkah ini terbukti efektif, dengan peningkatan pesanan produk hingga dua kali lipat dari sebelumnya. Selain itu, program ini juga memberikan pemahaman mendalam tentang marketing digital kepada para pelaku usaha. Hal ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan mereka tentang teknik pemasaran modern, tetapi juga mengubah pola pikir masyarakat, terutama para pelaku UMKM, yang kini lebih terbuka terhadap peluang-peluang

pemasaran digital. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana teknologi dan strategi digital dapat diintegrasikan secara efektif untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di desa tersebut.

Dampak positif dari program kerja ini tidak hanya terlihat dari peningkatan pesanan dan perubahan pola pikir, tetapi juga dari keberlanjutan usaha para pelaku UMKM di Desa Jayamulya. Dengan adanya pendampingan yang berfokus pada pemanfaatan platform digital seperti Google Maps, UMKM tidak hanya memperoleh visibilitas yang lebih tinggi di kalangan konsumen lokal, tetapi juga membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas di luar desa. Selain itu, program ini mendorong pelaku UMKM untuk lebih aktif dalam memperbarui dan mengoptimalkan informasi usaha mereka secara online, memastikan bahwa mereka tetap relevan dan kompetitif dalam era digital.

Keberhasilan program ini juga menginspirasi masyarakat desa lainnya untuk mengikuti jejak serupa, menciptakan efek domino yang berpotensi memperkuat ekonomi desa secara keseluruhan. Dengan adanya peningkatan kesadaran tentang pentingnya pemasaran digital, pelaku UMKM di Desa Jayamulya kini lebih siap menghadapi tantangan ekonomi di masa depan dan mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar. Program ini tidak hanya berfungsi sebagai katalisator untuk pertumbuhan bisnis, tetapi juga sebagai langkah penting dalam membangun fondasi ekonomi yang lebih kuat dan berkelanjutan di tingkat lokal.

Selain itu, program ini juga berhasil menciptakan ekosistem kolaboratif di Desa Jayamulya, di mana para pelaku UMKM saling berbagi pengalaman dan pengetahuan dalam penerapan strategi pemasaran digital. Melalui pelatihan bersama dan sesi mentoring, UMKM yang sebelumnya mungkin kurang familiar dengan teknologi digital kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang cara memanfaatkan alat-alat tersebut untuk meningkatkan bisnis mereka. Keberhasilan ini juga tidak lepas dari peran fasilitator dan mentor yang terlibat secara aktif dalam memberikan pendampingan, membantu UMKM mengatasi hambatan teknis, serta memberikan saran yang tepat dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif.

Program ini juga memperkuat hubungan antara UMKM dan konsumen dengan memanfaatkan feedback yang diterima melalui platform digital. UMKM menjadi lebih responsif terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, memungkinkan mereka untuk menyesuaikan produk dan layanan dengan lebih baik. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membangun loyalitas yang lebih kuat, yang merupakan kunci untuk keberlanjutan bisnis.

Secara keseluruhan, program kerja ini membuktikan bahwa dengan dukungan yang tepat, UMKM di desa-desa seperti Jayamulya dapat berkembang pesat dalam era digital. Pendekatan yang inovatif dan adaptif terhadap perubahan pasar, ditambah dengan pemberdayaan komunitas, menjadikan program ini sebagai model sukses yang bisa diterapkan di wilayah lain. Program ini tidak hanya meningkatkan ekonomi lokal tetapi juga memberdayakan pelaku usaha

kecil untuk berkontribusi lebih besar terhadap pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Sebelum melaksanakan pendampingan dan pembinaan, kami, para mahasiswa pelaksana program di Desa Jayamulya, memulai dengan melakukan survei ke Pemerintah Desa Jayamulya untuk mengumpulkan informasi tentang potensi UMKM yang ada di desa tersebut. Survei ini bertujuan untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM setempat, sehingga kami dapat merancang program yang tepat sasaran. Berdasarkan informasi yang kami peroleh, kami kemudian diarahkan untuk mengunjungi usaha Kulit Lumpia milik Pak Usman, yang berlokasi di Desa Jayamulya, Blok Rehobot, RT03/RW07, Kecamatan Kroya, Kabupaten Indramayu.

Setelah pertemuan dengan Pak Usman, kami mempresentasikan program kerja yang telah kami rancang, yang berfokus pada pengembangan strategi Digitalisasi Marketing dan pendaftaran UMKM di Google Maps. Kami menjelaskan manfaat dari program ini, terutama bagaimana digitalisasi dapat membantu meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan pasar. Setelah diskusi yang konstruktif, kami mencapai kesepakatan untuk menjalin kemitraan dalam melaksanakan program ini, sesuai dengan tujuan utama kami.

Pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi dua tahap. Tahap pertama adalah pencatatan data yang diperlukan untuk pendaftaran di Google Maps serta pemberian pemahaman kepada Pak Usman mengenai pentingnya Digitalisasi Marketing. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 3 Juli 2024 di rumah produksi Bapak Usman, di mana kami juga menjelaskan langkah-langkah konkret yang akan dilakukan dalam proses digitalisasi. Tahap kedua adalah penginputan data ke dalam aplikasi Google Maps, yang dilakukan dari tanggal 6 hingga 16 Juli 2024 di Posko pelaksana program Desa Jayamulya. Pada tahap ini, kami memastikan bahwa semua data yang diperlukan telah diunggah dengan benar dan bisnis Pak Usman dapat ditemukan secara online, sehingga memudahkan pelanggan untuk menemukan lokasi usahanya.

Setelah tahap kedua, yakni penginputan data ke Google Maps, kami melakukan evaluasi untuk memastikan semua informasi yang telah dimasukkan akurat dan sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh platform tersebut. Kami memantau apakah ada kendala atau kebutuhan tambahan dari Pak Usman, serta memberikan bantuan untuk mengatasi masalah yang mungkin timbul selama proses. Kami juga menyediakan pelatihan tambahan kepada Pak Usman dan stafnya tentang cara menggunakan dan memanfaatkan fitur-fitur Google Maps secara efektif, seperti cara memperbarui informasi, menanggapi ulasan pelanggan, dan memanfaatkan data analitik yang disediakan oleh platform.

Dalam proses ini, kami berupaya memastikan bahwa Pak Usman dan UMKM lainnya di Desa Jayamulya tidak hanya mendapatkan akses ke teknologi digital tetapi juga memperoleh pemahaman dan keterampilan yang diperlukan untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi tersebut dalam strategi pemasaran mereka. Kami juga memberikan panduan tentang bagaimana strategi digital marketing dapat diintegrasikan dengan metode pemasaran tradisional yang

mungkin sudah mereka gunakan sebelumnya, sehingga menciptakan pendekatan pemasaran yang lebih holistik dan efektif.

Selain itu, kami mengadakan sesi umpan balik dengan Pak Usman dan pelaku UMKM lainnya untuk mengevaluasi dampak awal dari program ini dan mendiskusikan langkah-langkah perbaikan yang mungkin diperlukan. Melalui umpan balik ini, kami dapat menilai efektivitas program serta mengidentifikasi area yang dapat diperbaiki atau dikembangkan lebih lanjut untuk keberhasilan jangka panjang.

Kegiatan ini diharapkan tidak hanya berdampak positif pada UMKM yang terlibat tetapi juga dapat menjadi contoh bagi UMKM lain di desa dan daerah sekitar. Dengan pengalaman dan keterampilan yang diperoleh, para pelaku UMKM di Desa Jayamulya diharapkan dapat terus memanfaatkan digitalisasi untuk meningkatkan daya saing mereka dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Program ini diakhiri dengan laporan akhir dan dokumentasi hasil kegiatan, yang akan menjadi referensi untuk evaluasi dan pengembangan program serupa di masa depan.

Hambatan Implementasi Program

Dalam pelaksanaan program kerja pendukung ini, kami menghadapi beberapa hambatan yang cukup signifikan. Salah satu kendala utama adalah proses pendaftaran UMKM di Google Maps yang belum sepenuhnya berhasil. Banyak pendaftaran UMKM yang belum disetujui oleh Google Maps, meskipun kami telah melakukan berbagai upaya untuk memperbaiki dan menyempurnakan data yang kami kirimkan. Kami berusaha dengan keras untuk mengedit informasi yang diperlukan, seperti memastikan titik koordinat lokasi yang tepat agar sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Google Maps. Kami juga melakukan verifikasi berulang kali untuk memastikan bahwa semua data sudah benar dan lengkap. Namun, meskipun sudah melakukan perbaikan yang diperlukan, hasilnya belum sepenuhnya memuaskan. Akibatnya, hanya beberapa UMKM yang berhasil kami daftarkan dan mendapatkan persetujuan dari Google Maps dengan lancar. Kendala ini menunjukkan tantangan yang dihadapi dalam proses digitalisasi dan menekankan pentingnya sistem yang lebih efisien dalam mengelola dan memverifikasi data pendaftaran untuk memudahkan UMKM dalam meningkatkan visibilitas mereka secara online.

Selain tantangan teknis dalam pendaftaran Google Maps, kami juga menghadapi beberapa masalah lain selama pelaksanaan program. Salah satunya adalah keterbatasan akses internet yang mempengaruhi kelancaran proses pendaftaran dan pemantauan. Di beberapa lokasi, terutama di desa-desa dengan infrastruktur digital yang belum sepenuhnya berkembang, koneksi internet seringkali tidak stabil, yang menghambat proses pengunggahan data dan pembaruan informasi secara real-time. Hal ini memperlambat proses pendaftaran dan mempengaruhi efektivitas strategi digital yang diterapkan.

Kami juga menghadapi kesulitan dalam memperoleh data yang akurat dan lengkap dari beberapa UMKM. Beberapa pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam menyediakan informasi yang diperlukan, seperti foto berkualitas tinggi atau

deskripsi yang relevan tentang produk mereka. Kurangnya pemahaman tentang cara menyiapkan data yang sesuai dengan standar Google Maps turut memperlambat proses pendaftaran dan mempengaruhi hasil akhir.

Dalam menghadapi tantangan ini, kami melakukan pendekatan yang lebih intensif dengan memberikan bimbingan tambahan kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya informasi yang lengkap dan akurat. Kami juga bekerja sama dengan penyedia layanan internet lokal untuk mencari solusi sementara agar koneksi internet bisa lebih stabil selama proses pendaftaran. Untuk mengatasi masalah pemahaman, kami menyelenggarakan sesi pelatihan tambahan dan menyediakan panduan yang lebih rinci mengenai pengumpulan dan penyampaian data yang diperlukan.

Meskipun menghadapi berbagai hambatan, kami tetap berkomitmen untuk melanjutkan usaha kami dalam mendigitalisasi UMKM dan meningkatkan visibilitas mereka secara online. Pengalaman ini memberikan wawasan berharga tentang tantangan yang sering dihadapi dalam proses digitalisasi di daerah dengan infrastruktur terbatas, serta pentingnya dukungan yang berkelanjutan dan penyuluhan yang efektif untuk memastikan keberhasilan jangka panjang dalam pengembangan UMKM di era digital.

KESIMPULAN

Berwirausaha adalah suatu kegiatan usaha yang melibatkan kemampuan untuk melihat kesempatan-kesempatan usaha, mengorganisir, mengatur, mengambil risiko, dan mengembangkan usaha yang diciptakan untuk meraih keuntungan. Wirausaha merupakan hal yang penting karena memiliki peran kunci dalam mengatasi berbagai permasalahan dalam pembangunan ekonomi nasional, seperti pengentasan kemiskinan, pengurangan jumlah pengangguran, peningkatan daya beli, penciptaan lapangan usaha dan lapangan kerja, serta pertumbuhan ekonomi yang lebih baik.

Semoga dengan diadakannya “Pendampingan Digitalisasi Marketing Melalui Aplikasi Google Maps Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM di Desa Jayamulya” dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Jayamulya, Kecamatan Kroya, Kabupaten Indramayu.

DAFTAR PUSTAKA

- Rohim, I. E. (2022). Digitalisasi UMKM Melalui Pelatihan Google Maps Dan Pemasaran Online. *STIA Pembangunan Jember*, 14-29.
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital marketing.
- Rohim, R., Erlinda, I., Sholihah, E. L., Firmansyah, F. R., & Andriani, F. (2022). Digitalisasi UMKM Melalui Pelatihan Google Maps dan Pemasaran Online. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 5(2), 14-29.
- Astuti, R. D. (2019). *Survei Daya Tahan Vo2max Pada Atlet Karate Lemkari Sulawesi Selatan* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Hamidah, H. (2023). Optimalisasi Pemanfaatan Google Map bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Kalisat, Rembang, Pasuruan: Optimizing the Use of Google Maps for Micro, Small and Medium Enterprises in Kalisat

Digital Marketing Assistance Through Google Maps Application in an Effort to Improve UMKM Development in Jayamulya Village, Kroya District, Indramayu Regency

Putri Rahmah N., Ati Agustin C., Yosi Nopiyanti

Village, Rembang, Pasuruan. *AMALIYYA: Community Empowerment and Development Journal*, 1(1), 70-81.

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Insani, S. F., Syahrial, Y., & Putra, A. P. (2022). Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari. 25(1).
- Laksana. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952., 2013-2015.
- Masyarakat, J. P., Ardhianto, E., Lestariningsih, E., Handoko, W. T., Soelistijadi, R., Informatika, S. T., Studi, P., Informasi, S., Stikubank, U., & Author, C. (2022). Pemanfaatan peta google sebagai sarana promosi melalui penandaan lokasi usaha rumahan di paguyuban warga lentera prigi mranggen demak. 2(2), 78-83.
- Pasaribu, R. (2020). Optimalisasi Media Online Sebagai Solusi Promosi Pemasaran Umkm Di Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.24167/jkm.v1i1.2848>
- Supriyanto, B. E., Ajie, I. Y., Biamrillah, M. A., & Yusuf, S. (2022). Analisis Peluang Social Media Marketing Untuk Memasarkan Produk UMKM Cibodas Jasa Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 2(2), 241-248.