

Penguatan motivasi bisnis dan promosi online bagi pedagang di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring

Rina Dwiarti^{1,*}, Dwi Puji Ratnawati², Sri Handayani¹, Busthanul Arifin¹

¹Universitas Mercu Buana Yogyakarta-Kota Yogyakarta

²Universitas Muria Kudus-Kota Kudus

E-mail: rinadwiarti@mercubuana-yogya.ac.id

Abstrak

Pengabdian masyarakat dilaksanakan di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, Dusun Jambeyan, Sleman, Yogyakarta. Kegiatan ini meliputi pelatihan, studi banding, dan pendampingan terkait penguatan motivasi bisnis dan promosi online. Penguatan motivasi bisnis sangat penting mengingat potensi usaha pasar yang besar, namun sebagian besar pedagang hanya memanfaatkan waktu luang saat berjualan di hari Sabtu dan Minggu. Selain itu, promosi online yang telah dijalankan belum optimal, dengan konten yang monoton dan jarang diperbarui. Keterbatasan tenaga admin dalam merespons konsumen juga menjadi kendala. Untuk mengatasi hal ini, diadakan pelatihan oleh dosen dari Universitas Mercu Buana Yogyakarta, STIM YKPN Yogyakarta, dan Universitas Muria Kudus. Studi banding ke Desa Wisata Brayut Sleman juga dilakukan. Hasilnya, motivasi bisnis pedagang meningkat, mereka lebih konsisten berdagang, dan tim pemasaran semakin aktif dalam mengelola konten promosi online. Pelatihan ini berhasil menggugah semangat dan kinerja para pengurus serta pedagang pasar.

Kata Kunci Motivasi Bisnis; Promosi Online; Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring

Abstract

The community service program was conducted at Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, Dusun Jambeyan, Sleman, Yogyakarta. This activity included training, benchmarking, and mentoring related to strengthening business motivation and online promotion. Strengthening business motivation is essential due to the market's large business potential, yet most traders only operate during their free time on Saturdays and Sundays. Additionally, the online promotion efforts were not optimal, with monotonous content and infrequent updates. The limited response from the administrative team in handling consumer inquiries also posed challenges. To address these issues, training was provided by lecturers from Universitas Mercu Buana Yogyakarta, STIM YKPN Yogyakarta, and Universitas Muria Kudus. Benchmarking was also conducted at Desa Wisata Brayut Sleman. As a result, the traders' business motivation increased, leading to more consistent trading practices, and the marketing team became more proactive in managing online promotional content. This training successfully enhanced the enthusiasm and performance of both the market managers and traders.

Keywords Business Motivation; Online Promotion; Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



PENDAHULUAN

Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, sebuah usaha rintisan masyarakat dusun Jambeyan Desa Banyurejo kecamatan Tempel Kabupaten Sleman Yogyakarta. Masyarakat Dusun Jambeyan khususnya yang berminat menjalankan usaha di bidang kuliner bersama-sama memanfaatkan lokasi Lembah Si Cangkring untuk berjualan makanan tradisional setiap Sabtu dan Minggu. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring Berdiri tahun 2018. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sangat potensial akan berkembang, mengingat masyarakat membutuhkan destinasi wisata kuliner makanan tradisional ketika libur. Pada tahun 2018 penduduk Dusun Jambeyan ingin memanfaatkan lahan yang terbengkalai dan masih berupa sawah pekarangan, tanah kas desa yang tidak terawat dan banyak tumbuhan liar, kemudian setelah mendapat izin untuk mengelola, menjadi tempat makan dengan Konsep Pasar Jadoel di Jambeyan. Pada tahun 2020, warga mulai membuka lapak untuk berjualan, namun wisatawan yang datang masih sedikit dikarenakan akses jalan menuju Pasar Jadoel tersebut tidak mudah. Selain itu, masih rendahnya minat

berjualan dari penduduk yang tinggal di sekitar lokasi. Akan tetapi, ada satu penjual yang konsisten membuka lapak dengan menjual makanan tradisional berupa bubur krecek, nasi bebek, dan nasi megono, kue cucur, mendoan dan lainnya

Seiring berjalannya waktu, lapak tersebut mulai banyak diminati pengunjung, terutama pesepeda Jalur Banyurejo-Bligo. Melihat potensi itu, banyak penduduk yang mulai tertarik untuk berjualan dan membuka lapak di lokasi tersebut. Akhirnya, warga mulai menyadari adanya potensi keuntungan, sehingga ada beberapa warga yang memutuskan untuk berjualan. Kemudian, pada tanggal 1 Januari 2021 resmi dibuka Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring yang berlokasi di Dusun Jambeyan, Kelurahan Banyurejo, Tempel. Pasar Jadoel ini menjadi pelopor dalam hal pembukaan lapak dengan berjualan menu makanan tradisional. Selain itu, Pasar Jadoel ini juga memiliki beberapa bidang kegiatan, yaitu: *Outbound*, jasa tempat *camping*, *event organizer*, dan *food court* berupa Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, angkringan, dan beberapa variasi minuman.

Saat ini, terdapat 15 pedagang yang berjualan di Pasar Jadoel Bulak di Lembah Si Cangkring, yaitu Bubur Mbah Kaji (bubur krecek, lauk pauk), Dawet Mbah Djoyo (dawet pati midro), Petjel Bu Puji (pecel, cemplon, dan cucur), Lopis Mbah Tatik (makanan Jadoel, lopis, gatot, tiwul dan grontol) Gudeg Mbah Marjilah (gudeg, opor lontong, janganan tradisional), Jajanan Pasar Yu Tini (aneka jajanan pasar masa lalu), Jamu Gendong Mbak War (jamu tradisional), Jadah Tempe Mbah Tini (jadah tempe, wajik dan legen), Gudangan Mbah Ndut (gudangan dan aneka lauk pauk), Nasi Bakar Mbak Is (nasi bakar dan kipo), Kopi Cangkir Pruthul (aneka minuman), Soto Mbah Bejo (soto ayam), Bakso Si Cangkring Masduki (bakso) dan Nasi Bakar Mukri (nasi bakar).

Pasar Jadoel ini dikelola oleh Pengurus Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring meliputi warga dusun setempat yang bekerjasama dengan Kelompok Wanita Tani Jambeyan, Unsur Pemuda, dan Pemerintah kelurahan beserta Kelembagaan yang ada di Kelurahan. Perkembangan Pasar Jadoel Bulak di Lembah Si Cangkring belum maksimal dikarenakan adapun beberapa permasalahan yang kami bagi menjadi 2 aspek, yaitu: permasalahan pada SDM dan permasalahan pada pemasaran. Permasalahan pada SDM meliputi: kurangnya motivasi yang muncul dalam diri setiap pedagang untuk menjalankan bisnisnya di Lembah Si Cangkring dibuktikan dengan ketidakkonsistenan mereka dalam berjualan dan para pedagang juga masih kurang mampu dalam membaca peluang bisnis di Lembah Si Cangkring. Selain itu usaha para pengurus Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dalam memperluas pasar dengan promosi belum optimal. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring telah menjalankan promosi online. Promosi Online adalah suatu usaha dari perusahaan guna bisa mempromosikan akan produk ataupun jasa juga meningkatkan adanya hubungan yang baik dengan para pelanggan dengan adanya internet (Kotler & Armstrong, 2010). Promosi online merupakan upaya bisnis untuk mempromosikan produk dan jasa serta meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan melalui internet. (Jamaludin et al., 2015). Namun terkendala dalam memanfaatkan secara optimal seperti Web Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring belum di-*maintenance* secara rutin. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring juga belum memiliki tenaga marketing yang cukup untuk update konten promosi Pasar, sehingga konten masih dipandang monoton dan jarang update. Selain itu tenaga admin yang dimiliki belum terlatih dalam memberikan respon yang cepat kepada konsumen dan masyarakat.

Potensi usaha Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring cukup besar. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring mengusung tema pasar makanan jadoel yang merupakan usaha unik dan langka ditemui, ditambah keberanekaragaman jajanan tradisional yang sudah mulai langka. Peluang Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring semakin besar karena banyak kalangan yang menginginkan hidup sehat dengan mengonsumsi makanan tradisional “Jadoel” dimana makanan tradisional jarang menggunakan bahan kimia, organik, dan tidak banyak menggunakan penyedap rasa. Meski Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring memiliki peluang usaha yang sangat besar, akan tetapi pada prakteknya, hal ini tidak berjalan dengan mudah, banyak kendala yang dialami oleh Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring.

Permasalahan yang dihadapi oleh Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring adalah terkait usia pedagang Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring banyak yang tidak muda lagi. Hal ini menyebabkan perkembangan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring menjadi lambat karena kurang bersemangat dalam menjalankan bisnisnya. Apalagi pemahaman mereka terhadap bisnis kuliner ini adalah untuk sekedar mengisi waktu luang ketika hari sabtu dan minggu (libur). Semangat Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring untuk menjalankan usaha masih relatif kurang, mereka kadang berjualan kadang tidak. Peluang bisnis yang ada di depan mata belum dapat dimanfaatkan secara maksimal dan belum digali lebih dalam lagi. Selain itu usaha para pengurus Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dalam memperluas pasar dengan promosi

belum optimal. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring telah menjalankan promosi online. Namun terkendala dalam memanfaatkan secara optimal seperti Web Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring belum di-*maintenance* secara rutin. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring juga belum memiliki tenaga marketing yang cukup untuk update konten promosi Pasar, sehingga konten masih dipandang monoton dan jarang update. Selain itu tenaga admin yang dimiliki belum terlatih dalam memberikan respon yang cepat kepada konsumen dan masyarakat.

Solusi atas permasalahan yang terjadi di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring adalah dengan menjalankan pelatihan guna untuk menguatkan motivasi pedagang maupun warga sekitar serta bagaimana mereka mampu membaca peluang bisnis dan pelatihan yang sangat fundamental bagi pelaku bisnis yaitu pelatihan mengenai manajemen bisnis. Menurut (Edwar, 2019), motivasi berwirausaha atau motivasi bisnis merupakan dorongan seseorang untuk berwirausaha atau untuk melakukan usaha sehingga dari kegiatan berwirausaha itu ada sesuatu yang ingin dicapai, dimana hal itu merupakan tujuannya. Menurut (Dewi et al., 2020) Motivasi berwirausaha merupakan dorongan yang mendorong seseorang melakukan sesuatu untuk mencapai suatu tujuan tertentu. (Ana & Nanang, 2024) Motivasi berwirausaha memainkan peran penting dalam menentukan sejauh mana seorang wirausahawan dapat menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang. Motivasi yang kuat sering kali menjadi pendorong utama untuk inovasi, ketekunan, dan adaptabilitas dalam mengelola bisnis.

Ketika motivasi dan peluang usaha sudah diperoleh, penting bagi mereka untuk dapat memahami bagaimana cara mengelola bisnis tersebut baik dari segi perencanaan, pembukuan keuangan, teknik marketing, Pelatihan promosi online juga menjadi kebutuhan penting mengingat perkembangan bisnis sekarang yang bersaing ketat dan bergerak cepat. Pedagang harus mampu menambah jangkauan promosi kuliner Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring secara cepat dan efektif.

METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi (ipteks) dalam manajemen usaha yang modern, didukung oleh teknologi informasi (IT) yang ramah lingkungan. Program ini fokus pada penguatan motivasi bisnis dan kemampuan promosi online para pedagang Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring. Melalui pelatihan, pedagang dan pengurus pasar didorong untuk meningkatkan semangat berbisnis serta kemampuan dalam membuat konten promosi yang menarik, guna memperluas jangkauan pasar mereka dengan bantuan teknologi.

Hasil pelatihan ini diperkuat dengan program pendampingan yang berfokus pada praktik promosi online. Pedagang mendapatkan bimbingan lebih lanjut tentang cara efektif memanfaatkan platform digital untuk menarik konsumen. Selain itu, untuk meningkatkan wawasan, dilakukan pula studi banding yang memberikan para pedagang pemahaman lebih mendalam tentang strategi bisnis yang berhasil di tempat lain. Kegiatan-kegiatan ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dari mitra yang bersedia menyediakan tempat, fasilitas, dan bahan pendukung selama program berlangsung.

Pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring. Dengan menerapkan strategi pemasaran online, para pedagang diharapkan mampu mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka di masa depan. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu pedagang, tetapi juga mendukung keberlanjutan usaha pasar secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas pedagang Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring melalui dua pendekatan utama, yaitu: penguatan motivasi bisnis dan kemampuan promosi online dan studi banding ke Desa Wisata Brayut. Sebagai berikut:

Penguatan Motivasi Bisnis dan Promosi Online

Kegiatan ini dilaksanakan pada 27 Juli 2018 jam 11.00 s.d 16.00 Wib dengan Lokasi di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring. Kegiatan dilaksanakan siang hari mengingat Para pedagang berdagang di pagi hari. Diikuti sekitar 20 peserta yang terdiri atas pedagang dan pengurus. Materi penguatan bisnis diberikan dua narasumber yakni ibu Dra Sumiyarsih MM dari universitas Mercu Buana Yogyakarta dan Dra Tri Harsini Wahyuningsih M.Si dari STIM YKPN. Kedua narasumber mengingatkan potensi bisnis Pasar Jadoel Lembah si Cangkring yang besar dan dapat dimanfaatkan masyarakat sekitarnya,

mengingat kebutuhan akan destinasi wisata kuliner yang tinggi dan makanan jadul yang sering kali membuat kangen masyarakat. Kegiatan bisnis dibutuhkan motivasi kuat agar mampu menghadapi segala rintangan yang ada. Pedagang diingatkan untuk dapat menggali potensi bisnis yang tinggi sembari melakukan upaya pelestarian makanan tradisional yang sehat bagi konsumen. Motivasi bisnis merupakan pendorong atau alasan yang memengaruhi seseorang atau suatu organisasi untuk memulai dan menjalankan bisnis dengan tujuan meraih keberhasilan. Motivasi ini dapat berasal dari faktor internal seperti hasrat untuk mencapai kemandirian finansial dan dorongan untuk berinovasi, serta faktor eksternal seperti keuntungan ekonomi, tuntutan pasar, atau persaingan. Dalam dunia bisnis, motivasi berperan sebagai kekuatan yang membantu pelaku bisnis untuk menghadapi tantangan dan meraih tujuan jangka panjang, seperti meningkatkan keuntungan, pertumbuhan bisnis, dan memperluas usaha. Motivasi bisnis yang tinggi akan menguatkan semangat berdagang dan menambah produktivitas para pedagang. Inti materi pelatihan adalah langkah-langkah untuk meningkatkan motivasi bisnis, yakni sebagai berikut :

- a. Semua Pedagang selalu mengingat tujuan awal dari bisnis Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring yang didirikan sebagai usaha bersama warga Dusun Jambeyan untuk mencari pendapatan bersama-sama sekaligus melestarikan makanan tradisional yang sehat. Sehingga apabila terdapat satu pedagang yang tidak konsisten berjualan maka akan berdampak pada kelangsungan bisnis Bersama di Pasar Jadoel lembah si Cangking ini karena berpotensi pada kekecewaan konsumen yang mencari makanan tradisional.
- b. Bekerja keras selalu. Keberhasilan setiap kegiatan bisnis sangat tergantung usaha pelaku bisnis tersebut. Tambahkan semangat untuk selalu melakukan perbaikan dan berpikir terbuka dalam bisnis sehingga kerja keras tersebut relevan dengan kebutuhan dan kondisi yang sedang dihadapi sekarang
- c. Optimis bahwa usaha yang dijalankan akan berhasil. Diperlukan pikiran positif dalam menjalankan segala upaya bisnis.



Gambar 1. Pelatihan Promosi Online di Pasar Jadoel Lembah si Cangkring

Hasil Pelatihan menunjukkan dampak positif. Pedagang menjadi konsisten dalam berdagang dengan setiap Sabtu dan Minggu berdagang agar konsumen tidak kecewa. Pedagang yang berhalangan berdagang akan menghubungi pengurus agar terdapat solusi seperti dicarikan petugas pengganti yang melayani konsumen.

Pelatihan promosi online diberikan oleh Djaelani Susanto, S.kom MM. Narsum memberikan kiat-kiat agar promosi online menjadi menarik saat diupload dan juga dilirik masyarakat di media sosial. Menurut (Rifa'i & Hamidi, 2017), promosi online adalah kegiatan yang dilakukan oleh pihak (perusahaan) menggunakan media online (internet) dalam menawarkan produk atau jasa, sehingga tidak terjadi tatap muka langsung antara pembeli dan penjual. Promosi online melalui e-commerce dan media

sosial memberikan berbagai manfaat bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. sejalan dengan pemikiran (Rachma & Fahrurrozirahman, 2022). Pembelian secara online umumnya memudahkan konsumen membeli produk tanpa bertatap muka secara langsung atau pergi ke toko, dan juga berfungsi untuk menekan biaya pemasaran. Salah satu keuntungan utama adalah kemudahan akses pasar yang lebih luas, memungkinkan produk mereka dikenal tidak hanya secara lokal, tetapi juga di seluruh dunia. Dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan promosi konvensional, promosi online memberikan efisiensi dalam pemasaran, sehingga UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dengan anggaran terbatas. Selain itu, komunikasi langsung dengan konsumen melalui platform online memungkinkan interaksi yang lebih cepat dan responsif, membantu pelaku usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan serta menyesuaikan produk atau layanan mereka. Akhirnya, dengan akses yang tidak terbatas oleh waktu dan tempat, produk yang dipromosikan secara online dapat diakses kapan saja oleh siapa saja yang memiliki koneksi internet, meningkatkan peluang penjualan dan pertumbuhan bisnis secara signifikan (Mukhsin, 2019).

Pelatihan dilakukan dengan memberikan pemahaman serta praktik langsung tentang cara menggunakan berbagai aplikasi untuk membuat promosi, salah satunya melalui aplikasi Canva. Menurut (Pelangi, 2020), aplikasi Canva adalah aplikasi berbasis online yang menyediakan beragam desain menarik melalui template, fitur, dan kategori yang tersedia di dalamnya. Dengan kemudahan akses dan variasi desain yang menarik, Canva memudahkan pengguna dalam membuat materi promosi yang kreatif dan profesional. Aplikasi ini dapat dimanfaatkan oleh pedagang, termasuk di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, untuk meningkatkan kualitas promosi online mereka. Canva tidak hanya membantu dalam aspek visual, tetapi juga meningkatkan keterampilan kreativitas yang penting dalam mengembangkan usaha di era digital. Hasil pelatihan menunjukkan beberapa pedagang dapat dengan cepat memahami dan mempraktekan aplikasi canva. Pelatihan Promosi online ini diakhiri dengan dibentuk tim kecil dari pedagang yang akan menangani secara khusus promosi online Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dengan pendampingan Tim PKM.

Studi Banding ke Desa Wisata Brayut

Kegiatan Studi Banding dilaksanakan tanggal 23 Agustus 2024 jam 18.00 s.d. 21.00 ke Desa Wisata Brayut. Studi banding bertujuan untuk belajar pemasaran dan pengembangan bisnis. Materi disampaikan ketua Desa Wisata Brayut Bpk Sudarmadi. Para Pedagang sejumlah 10 orang sangat antusias mengikuti studi banding ini terutama ketika berdiskusi.



Gambar 2. Studi Banding di Desa Brayut

Desa Wisata Brayut dapat eksis sampai dengan sekarang karena mempertahankan produk-produk tradisional dengan selalu menjaga service excellent, seperti: makanan tradisional jawa, homestay dengan bangunan kuno jawa, permainan jadul, dan wisata edukasi pertanian tradisional. Paparan materi ini menambah pengetahuan para pedagang Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring mengenai variasi masakan tradisional, cara penyajian dan mempromosikan kepada masyarakat. Hasil kegiatan Studi Banding berdampak positif terhadap motivasi para pedagang Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring terutama dalam mengembangkan strategi menarik masyarakat agar dapat berkunjung ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring berencana akan memanfaatkan lahan kosong yang ada

untuk digunakan sebagai wahana outbound dan membuat track atau jalur lari pagi. Harapannya para pengunjung dapat sekaligus berbelanja atau menikmati kuliner di Pasar Jadoel Lembah si Cangkring.

SIMPULAN

Para Pedagang Pasar Jadoel lembah si Cangkring menyambut baik kegiatan Pengabdian berupa Penyuluhan dengan topik penguatan motivasi usaha dalam diri pedagang Pasar Jadoel lembah si Cangkring untuk menjalankan bisnis dan pelatihan Promosi on line di Bulan Juli 2024. Hal ini karena adanya kesadaran para Pedagang Pasar Jadoel lembah si Cangkring bahwa untuk bertahan dan mengembangkan pasar dibutuhkan semangat yang tinggi dalam berbisnis, dan tentunya harus mampu mengikuti perkembangan terkini, antara lain mampu memanfaatkan media promosi online. Para pedagang menyadari bahwa penting sekali menguasai promosi online dengan baik jika ingin kompetitif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Universitas Mercu Buana Yogyakarta atas kontribusi finansial yang sangat mendukung pengabdian ini. Kontribusi finansial ini tidak hanya menjadi sarana penting bagi kelangsungan dan kesuksesan pengabdian ini, tetapi juga menjadi dasar bagi kami dalam mewujudkan tujuan besar yang telah kami rencanakan. Terimakasih kepada Mitra Kampung Sawah Durimanis yang telah bekerjasama selama dua tahun ini sebagai mitra pengabdian Masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Ana, R., & Nanang, S. (2024). The Influence of Entrepreneurial Motivation on MSME Business Success: A Literature Review. *Journal of Business Improvement*, 1(2), 115–128.
- Dewi, K., Yaspita, H., & Yulianda, A. (2020). *Manajemen Kewirausahaan*. Deepublish.
- Edwar, M. (2019). MOTIVASI BERWIRAUSAHA Mochamad Edwar. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(1), 90–98.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*, 21(1), 1–8.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- Mukhsin. (2019). Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunakan E-Commerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm). *Teknokom*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.31943/teknokom.v2i1.25>
- Pelangi, G. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia Jenjang SMA/MA. *Jurnal Sasindo Unpam*, 8(2), 79–96.
- Rachma, N., & Fahrurrozirahman, F. (2022). Analisis Pemanfaatan Pemasaran Di Media Sosial Dan Marketplace Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Pada Ukm Industri Rumahan Di Desa Karang Kedawang Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 7(1), 1–26. <https://doi.org/10.33474/jimmu.v7i1.14459>
- Rifa'i, M., & Hamidi. (2017). Efektivitas Promosi Online Dalam Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen. *OPTIMA (Jurnal Ilmiah Bidang Agribisnis Dan Ekonomi)*, 1(2), 67–73.