

PENGUATAN KAPASITAS *DIGITAL MARKETING* PELAKU UMKM KELURAHAN GAJAHMUNGKUR

Faisal Riza Rahman¹⁾, Panca Wahyuningsih²⁾, Daniel Kartika Adhi³⁾,
Ari Kusuma Budi Utama⁴⁾, Sari Setyoningsih⁵⁾, Sefiana Anjani⁶⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara

faisalriza@stiepena.ac.id¹⁾, panca@stiepena.ac.id²⁾, daniel_adhi@stiepena.ac.id³⁾

Abstract

The digital economy era demands that micro, small, and medium enterprises (MSMEs) adopt digital marketing strategies to enhance their competitiveness and sustainability. However, limited digital literacy and the absence of formal business legality remain key barriers for many MSMEs. This community empowerment program aimed to strengthen the digital capabilities of MSMEs in Gajahmungkur District, Semarang City. The intervention consisted of facilitating business registration through the issuance of Business Identification Numbers (NIB), assisting in the development and optimization of Google My Business (GMB) profiles, and providing basic branding support through logo and promotional material design. The program was implemented through a series of participatory workshops, individualized mentoring, and technical assistance. The results revealed an improvement in participants' awareness and ability to utilize digital platforms to promote their businesses. Additionally, the formalization of business legality through NIB registration increased the trust and market access of MSMEs. This program demonstrates that integrating digital marketing assistance with legal empowerment initiatives can significantly contribute to the competitiveness and resilience of MSMEs in the evolving digital landscape. Future efforts should focus on continuous support and the expansion of digital literacy programs to ensure sustainable impact.

Keywords: *Digital marketing, MSMEs, Business Registration, Google My Business, Community Empowerment*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era ekonomi digital telah membawa perubahan signifikan dalam lanskap dunia usaha, termasuk bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penerapan strategi pemasaran digital (*digital marketing*) memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, serta memperkuat daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat. Namun, tidak semua pelaku UMKM memiliki kapasitas yang memadai untuk memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Rendahnya literasi digital, minimnya pemahaman akan pentingnya legalitas usaha, serta keterbatasan dalam kemampuan membangun identitas visual menjadi hambatan yang masih umum ditemukan, khususnya di wilayah semi-perkotaan.

Di era Revolusi Industri 4.0, perubahan perilaku konsumen yang semakin bergeser ke platform digital menuntut dunia usaha untuk beradaptasi dengan cepat. *Digital marketing* bukan lagi sekadar pilihan, melainkan menjadi kebutuhan strategis untuk mempertahankan eksistensi bisnis, terutama bagi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan 97% terhadap total lapangan kerja. Namun, tantangan besar masih membayangi, salah satunya adalah rendahnya

tingkat adopsi teknologi digital dalam pengelolaan usaha.

Kelurahan Gajahmungkur di Kota Semarang merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi lokal melalui aktivitas UMKM di bidang kuliner, jasa, dan kerajinan. Meskipun demikian, mayoritas pelaku UMKM di wilayah ini masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum memiliki legalitas usaha formal seperti Nomor Induk Berusaha (NIB). Selain itu, pemanfaatan platform digital seperti Google My Business (GMB) masih sangat terbatas, sehingga berdampak pada rendahnya eksposur bisnis mereka di ranah daring. Sebagian besar pelaku UMKM, khususnya di kawasan semi-perkotaan seperti Kelurahan Gajahmungkur, Kota Semarang, masih mengandalkan metode pemasaran konvensional. Pemasaran berbasis rekomendasi dari mulut ke mulut, keterbatasan akses pasar, hingga minimnya legalitas usaha menjadi masalah klasik yang menghambat pertumbuhan. Kurangnya pemanfaatan teknologi seperti Google My Business, media sosial, maupun *marketplace* menyebabkan UMKM kesulitan menjangkau konsumen baru dan memperluas cakupannya. Di sisi lain, ketiadaan dokumen legal seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) menghalangi pelaku UMKM untuk mengakses fasilitas pendukung usaha, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), pelatihan resmi, dan program bantuan pemerintah.

Permasalahan ini menjadi semakin mendesak untuk diatasi mengingat semakin ketatnya persaingan, tidak hanya antar sesama UMKM, tetapi juga dengan perusahaan besar yang sudah lebih dahulu mengoptimalkan teknologi digital. Tanpa intervensi yang tepat, UMKM berisiko tertinggal dalam arus modernisasi ekonomi. Oleh karena itu, diperlukan program pemberdayaan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan literasi digital, tetapi juga memperkuat aspek formalitas usaha. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital dan memperkuat legalitas usaha pelaku UMKM. Kegiatan ini difokuskan pada pendampingan pembuatan NIB, pembuatan dan optimalisasi profil Google My Business, serta penyusunan identitas visual usaha melalui desain logo dan media promosi. Program ini diharapkan dapat memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM lokal di era digital yang semakin kompetitif. Melalui program pendampingan yang terintegrasi, yaitu fasilitasi pembuatan NIB, optimalisasi penggunaan Google My Business, serta pengembangan identitas visual usaha (*branding*), diharapkan pelaku UMKM di Gajahmungkur mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka. Intervensi ini dirancang berbasis kebutuhan riil di lapangan, dengan pendekatan partisipatif untuk memastikan penerimaan yang tinggi dan keberlanjutan jangka panjang. Harapannya, program ini tidak hanya menghasilkan perubahan sesaat, tetapi juga membangun fondasi bagi ekosistem UMKM yang lebih adaptif, inovatif, dan resilien di era ekonomi digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Nomor Induk Berusaha

Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan identitas resmi yang diberikan kepada pelaku usaha sebagai bukti legalitas dalam menjalankan kegiatan usahanya di Indonesia. NIB diterbitkan melalui sistem Online Single Submission (OSS) yang dikembangkan untuk mempercepat dan mempermudah proses perizinan usaha. Keberadaan NIB menjadi sangat penting karena tidak hanya memberikan legalitas formal, tetapi juga membuka akses pelaku usaha terhadap berbagai fasilitas pemerintah seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), pelatihan, serta program pemberdayaan lainnya. Dalam konteks UMKM, memiliki NIB dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas peluang bisnis di pasar yang lebih luas (djppi.kominfo.go.id, 2024).

Google My Business

Google My Business (GMB) adalah salah satu platform digital yang memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk memperkenalkan bisnis mereka secara lebih luas di dunia maya. Melalui GMB, informasi mengenai nama bisnis, alamat, jam operasional, foto produk, dan ulasan pelanggan dapat dengan mudah diakses oleh calon konsumen melalui mesin pencari Google dan Google Maps. Penelitian menunjukkan bahwa bisnis yang memiliki profil GMB yang

aktif cenderung memiliki tingkat kunjungan pelanggan yang lebih tinggi dibandingkan bisnis yang tidak terdaftar. Dengan demikian, pemanfaatan GMB menjadi strategi penting dalam meningkatkan visibilitas, membangun kredibilitas, dan memperkuat *brand awareness* secara digital (paydia.id, 2023).

UMKM di Kota Semarang

UMKM di Kota Semarang memegang peran vital dalam menopang perekonomian daerah. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, terdapat ribuan pelaku UMKM yang tersebar di berbagai sektor, terutama kuliner, perdagangan, dan jasa. Meskipun memiliki potensi besar, banyak UMKM di Kota Semarang masih menghadapi tantangan terkait adaptasi teknologi, keterbatasan modal, serta minimnya literasi digital. Upaya pemberdayaan, terutama dalam aspek digitalisasi usaha dan penguatan legalitas, menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jaringan pemasaran UMKM di tingkat lokal maupun nasional.

Digital marketing

Digital marketing menjadi solusi efektif dalam era bisnis modern, di mana teknologi informasi memainkan peran dominan dalam proses pemasaran dan komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumen. *Digital marketing* mencakup berbagai teknik dan platform, mulai dari media sosial, situs web, email marketing, hingga platform berbasis peta seperti Google My Business. Melalui strategi *digital marketing* yang tepat, pelaku UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Selain itu, *digital marketing* juga memungkinkan pengukuran efektivitas kampanye secara real-time, sehingga pelaku usaha dapat segera melakukan evaluasi dan perbaikan strategi.

Persaingan Bisnis

Persaingan bisnis di era digital semakin intens, baik di tingkat lokal, nasional, maupun global. Teknologi telah menghapus banyak batasan geografis, memungkinkan pelaku usaha dari berbagai wilayah untuk bersaing di pasar yang sama. UMKM dituntut untuk tidak hanya memiliki produk yang berkualitas, tetapi juga mengelola citra bisnis dan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen melalui platform digital. Tanpa adaptasi terhadap tren pemasaran digital dan penguatan *brand identity*, UMKM berisiko kehilangan daya saing dan terpinggirkan oleh pelaku usaha lain yang lebih adaptif terhadap perubahan pasar. Oleh karena itu, upaya memperkuat kapasitas digital dan legalitas usaha menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan strategi pemberdayaan berbasis kebutuhan (*needs-based empowerment*). Program dirancang melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang melibatkan pelaku UMKM secara aktif dalam setiap prosesnya. Kegiatan dilaksanakan di RW 05 Kelurahan Gajahmungkur, Kecamatan Gajahmungkur, Kota Semarang. Sasaran utama adalah para pelaku UMKM lokal yang bergerak di sektor kuliner, jasa, dan kerajinan, yang memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital untuk pengembangan usaha dan belum memiliki legalitas usaha formal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan pemberdayaan UMKM. Tahap pertama adalah identifikasi masalah dan kebutuhan, yang dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan para pelaku UMKM di RW 05 Kelurahan Gajahmungkur. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali tingkat literasi digital, status legalitas usaha, serta kesiapan penggunaan teknologi di kalangan UMKM. Hasil identifikasi tersebut menjadi dasar dalam merumuskan intervensi yang tepat sasaran.

Tahap berikutnya adalah penyusunan program intervensi, yang difokuskan pada tiga aspek

utama, yaitu: pendampingan dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Online Single Submission (OSS), pelatihan dan asistensi dalam pembuatan serta optimalisasi akun Google My Business (GMB), dan pembuatan desain logo serta media promosi (MMT/banner) untuk memperkuat identitas visual usaha. Setelah program intervensi disusun, kegiatan dilanjutkan dengan tahap pelaksanaan, yang mencakup dua metode utama. Pertama, melalui *workshop* kelompok, peserta diberikan materi tentang konsep dasar *digital marketing*, pentingnya legalitas usaha, serta manfaat penggunaan Google My Business dalam meningkatkan visibilitas usaha. Kedua, dilakukan pendampingan individual kepada masing-masing pelaku UMKM untuk membantu secara langsung dalam proses pendaftaran NIB, pembuatan akun GMB, serta penyusunan desain logo dan media promosi sesuai karakteristik usaha mereka. Tahap terakhir adalah evaluasi dan tindak lanjut. Evaluasi dilakukan secara kualitatif dengan mengamati perubahan kemampuan peserta dalam mengakses dan memanfaatkan platform digital, serta kesadaran mereka akan pentingnya legalitas usaha. Selain itu, capaian program diukur berdasarkan jumlah UMKM yang berhasil memperoleh NIB dan mengaktifkan akun Google My Business. Sebagai tindak lanjut, peserta diberikan panduan praktis agar dapat secara mandiri mengelola dan mengembangkan usaha mereka ke depan.

Dalam pelaksanaan program, digunakan beberapa teknik pendampingan untuk memastikan efektivitas transfer pengetahuan dan keterampilan kepada peserta. Teknik yang digunakan meliputi ceramah interaktif untuk menyampaikan materi teoritis secara komunikatif, demonstrasi langsung untuk memperagakan langkah-langkah teknis pembuatan akun dan registrasi usaha, serta simulasi untuk melatih peserta mengoperasikan aplikasi digital secara mandiri. Selain itu, dilakukan diskusi dan konsultasi personal guna memberikan solusi terhadap permasalahan spesifik yang dihadapi oleh masing-masing pelaku UMKM. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta secara optimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Program

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di RW 05 Kelurahan Gajahmungkur berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam bidang pemasaran digital dan legalitas usaha. Pelaksanaan program mencakup tiga kegiatan utama, yaitu:

1. Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha

Sebanyak 85% dari peserta UMKM yang mengikuti program berhasil menyelesaikan proses pembuatan NIB melalui sistem Online Single Submission (OSS). Keberhasilan ini menunjukkan bahwa dengan pendampingan langsung, hambatan administratif dan ketidakpahaman terhadap prosedur pendaftaran legalitas usaha dapat diatasi. Dengan memiliki NIB, pelaku UMKM kini memiliki akses yang lebih luas terhadap program pemerintah, fasilitas permodalan, serta meningkatkan kepercayaan konsumen.

2. Pembuatan dan Optimalisasi Akun Google My Business

Sebagian besar pelaku UMKM yang menjadi peserta program berhasil membuat akun Google My Business yang aktif. Pembuatan GMB membantu UMKM menampilkan informasi bisnis secara online, meningkatkan visibilitas usaha di pencarian Google dan Google Maps. Dalam beberapa kasus, pelaku UMKM mulai menerima kunjungan konsumen baru setelah akunya terdaftar dan dioptimalkan, menunjukkan adanya dampak langsung terhadap jangkauan pasar.

3. Program Desain Logo dan Media Promosi (MMT/Banner)

Program ini juga membantu UMKM dalam memperkuat identitas visual melalui desain logo dan banner promosi. Pelaku UMKM menerima hasil desain yang sesuai dengan karakteristik bisnis mereka, yang diharapkan mampu meningkatkan citra profesional usaha. Penyediaan materi promosi ini mendukung upaya *branding* dan memperkuat daya tarik produk di mata konsumen.

Analisis Pencapaian Program

Sebelum pelaksanaan program, sebagian besar pelaku UMKM di RW 05 Kelurahan Gajahmungkur belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Setelah intervensi, 85% peserta berhasil mendaftarkan usaha mereka melalui platform Online Single Submission (OSS). Keberhasilan ini menunjukkan efektivitas pendekatan pendampingan personal dalam mengatasi ketidakpahaman pelaku UMKM terhadap prosedur birokrasi digital. Selain itu, keberadaan NIB tidak hanya meningkatkan status formal usaha mereka, tetapi juga membuka akses terhadap program dukungan dari pemerintah seperti pelatihan UMKM, fasilitasi pembiayaan, dan kemudahan perizinan usaha.

Sebelum program berjalan, hampir semua pelaku UMKM belum memiliki kehadiran daring formal melalui platform Google. Setelah diberikan pelatihan dan asistensi, mayoritas peserta berhasil membuat dan mengoptimalkan akun Google My Business, memuat informasi lengkap tentang usaha, lokasi di Google Maps, foto produk, dan jam operasional. Beberapa UMKM bahkan mulai menerima kunjungan konsumen yang mengetahui bisnis mereka dari hasil pencarian daring. Ini menunjukkan adanya peningkatan konkret dalam jangkauan pasar dan potensi pertumbuhan omzet. Program ini juga membantu pelaku UMKM membangun *branding* visual melalui desain logo dan media promosi seperti banner atau MMT. Identitas visual yang profesional menjadi nilai tambah dalam pemasaran produk, meningkatkan kredibilitas usaha, serta membedakan produk UMKM dari pesaingnya. Proses pembuatan desain dilakukan melalui konsultasi langsung, sehingga hasilnya disesuaikan dengan karakteristik dan visi masing-masing usaha.

Pelaksanaan program menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi dari pelaku UMKM. Peserta tidak hanya hadir dalam setiap sesi pelatihan dan pendampingan, tetapi juga menunjukkan antusiasme dalam menerapkan materi yang diberikan. Hal ini menandakan bahwa pendekatan berbasis praktik (*hands-on*) lebih efektif dibandingkan metode ceramah semata dalam pemberdayaan UMKM. Secara umum, program ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung mampu mempercepat adopsi teknologi digital di kalangan pelaku UMKM. Keterlibatan aktif peserta dalam proses pembuatan NIB dan GMB menunjukkan bahwa resistensi terhadap perubahan dapat dikurangi melalui edukasi berbasis praktik.

Pelaksanaan program menunjukkan bahwa keberhasilan pemberdayaan UMKM berbasis digital sangat bergantung pada pendekatan yang praktis, partisipatif, dan personalized. Selain itu, keberhasilan awal seperti pembuatan NIB dan aktivasi GMB perlu disertai dengan dukungan berkelanjutan agar pelaku UMKM dapat mempertahankan dan mengembangkan inisiatif digital yang sudah dimulai. Namun demikian, terdapat beberapa tantangan yang perlu dicermati. Beberapa pelaku UMKM, khususnya yang berusia lanjut, mengalami kesulitan dalam memahami teknologi digital meskipun telah diberikan pendampingan intensif. Selain itu, keterbatasan akses internet di beberapa lokasi juga menjadi kendala dalam optimalisasi penggunaan platform digital. Faktor keterbatasan waktu pelaksanaan program turut membatasi intensitas pendampingan yang bisa diberikan.

Meskipun program berjalan relatif sukses, beberapa kendala tetap ditemukan. Pertama, beberapa pelaku UMKM yang berusia lanjut menunjukkan tingkat kesulitan yang lebih tinggi dalam mengoperasikan perangkat digital, bahkan setelah diberikan pelatihan. Kedua, keterbatasan jaringan internet di beberapa area memperlambat proses registrasi online. Ketiga, durasi program yang terbatas membuat intensitas pendampingan tidak dapat menjangkau seluruh kebutuhan individual peserta, terutama dalam aspek optimalisasi lanjutan akun Google My Business.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di RW 05 Kelurahan Gajahmungkur melalui peningkatan kapasitas *digital marketing* dan penguatan legalitas usaha telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Pendampingan dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) berhasil meningkatkan legalitas formal sebagian besar peserta, membuka akses mereka terhadap berbagai fasilitas dan

dukungan program pemerintah. Di sisi lain, asistensi pembuatan dan optimalisasi akun Google My Business (GMB) memberikan dampak nyata terhadap peningkatan visibilitas usaha di platform digital, memperluas jangkauan pasar, dan membangun kredibilitas bisnis pelaku UMKM.

Selain itu, pengembangan identitas visual usaha melalui pembuatan logo dan media promosi turut memperkuat citra profesionalisme UMKM di mata konsumen. Program ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis praktik langsung dan pendampingan personal lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan digital pelaku usaha kecil, dibandingkan metode pelatihan teoritis semata. Namun demikian, beberapa kendala yang ditemukan, seperti keterbatasan literasi digital pada peserta berusia lanjut dan masalah akses internet, menjadi catatan penting untuk perbaikan di masa mendatang. Durasi program yang relatif singkat juga menjadi tantangan dalam memberikan pendampingan yang lebih mendalam dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil program ini mempertegas pentingnya integrasi antara aspek legalitas usaha dan adopsi teknologi digital dalam memperkuat daya saing UMKM di era ekonomi digital. Ke depan, diperlukan upaya tindak lanjut berupa monitoring berkala, pelatihan lanjutan, serta dukungan fasilitasi pemasaran digital yang berkelanjutan agar pelaku UMKM dapat terus berkembang secara mandiri dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Implikasi Program

Hasil program ini mempertegas pentingnya integrasi antara upaya digitalisasi dan penguatan aspek legalitas usaha untuk meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Pendampingan dalam pembuatan NIB memberikan perlindungan hukum dan membuka akses terhadap berbagai program pendukung usaha. Sementara itu, pemanfaatan Google My Business sebagai media promosi efektif dapat memperluas pasar UMKM secara signifikan dengan biaya yang relatif rendah. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM tidak dapat dilakukan hanya dengan pendekatan teoritis, melainkan harus mengedepankan praktik langsung dan pendampingan personal yang intensif. Ke depan, program serupa perlu memperhatikan keberlanjutan dengan menyediakan mekanisme monitoring dan dukungan pasca program, agar pelaku UMKM dapat terus berkembang secara mandiri di tengah dinamika persaingan bisnis yang semakin ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Koordinasi Penanaman Modal Republik Indonesia. (2024). Panduan Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui OSS. Diakses dari <https://oss.go.id>
- DJPPI Kominfo. (2024). Langkah untuk Mendapatkan NIB bagi Pelaku Usaha. Diakses pada 15 Oktober 2024, dari <https://djppi.kominfo.go.id/news/langkah-untuk-mendapatkan-nib-bagi-pelaku-usaha>
- Kasirpintar. (2024). Panduan Lengkap tentang Banner: Apa itu, Fungsi, dan Contohnya. Diakses dari <https://kasirpintar.co.id/solusi/detail/panduan-lengkap-tentang-banner-apa-itu-fungsi-dan-contohnya>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. (2023). Profil UMKM Indonesia 2023. Jakarta: Kemenkop UKM.
- KiriminAja. (2022). Pentingnya Logo Profesional untuk UMKM: Manfaat dan Alasan. Diakses dari <https://kiriminja.com/blog/ukm-perlu-logo-profesional-berikut-manfaat-dan-alasannya>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Paydia.id. (2023). Apa Itu Google Bisnisku? Ketahui Cara Penggunaan dan Manfaatnya. Diakses pada 15 Oktober 2024, dari <https://paydia.id/apa-itu-google-bisnisku-ketahui-cara-penggunaan-dan-manfaatnya>

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2017). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

LAMPIRAN

Foto Kegiatan







