

Peningkatan Keterampilan Penggunaan Whatsapp Business Sebagai Marketing Komunikasi Digital Dalam Meningkatkan Usaha Sentra Industri Tas Di Desa Truko, Kabupaten Kendal

Kharisma Ayu Febriana¹, Retno Manuhoro Setyowati,² Yofiendi Indah Indainanto³

¹Jl. Soekarno Hatta, Tlogosari, Semarang, Jawa Tengah

Email : kharisma@usm.ac.id, retnomanuhoro@usm.ac.id, yofiendi@usm.ac.id

Kilas Artikel

Volume 2 Nomor 2

Agustus 2022

DOI:xxx/ejpm.v%i%.xxxx

Article History

Submission: 28-06-2022

Revised: 08-07-2022

Accepted: 20-07-2022

Published: 01-08-2022

Kata Kunci:

Whatsapp, UMKM,
SINTAK

Keywords:

Whatsapp, UMKM,
SINTAK.

Korespondensi:

(Kharisma Ayu Febriana)
(kharisma@usm.ac.id)

Abstrak

Era digital Marketing menjadi solusi tepat untuk mengenalkan produk. Media sosial dengan interaksi didalamnya telah banyak dimanfaatkan untuk kepentingan promosi dan interaksi antara pemiliki usaha dan calon pembeli. Kemudahan interaksi tersebut memberikan pengalaman yang berbeda antara pemilik usaha dan pembeli yang dapat meningkatkan kualitas kepercayaan dan loyalitas. Permasalahan yang dihadapi komunitas ini adalah ketidakmampuan menggunakan aplikasi Whatsapp melalui fitur Whatsapp buisness. Jika warga berhasil menggunakan aplikasi ini, maka pemiliki usaha dapat mempromosikan usahannya, dan menysasar peluang usah diranah digital. Sehingga target luaran yang ingin dicapai tim pengabdian yakni bagaimana dapat mengajarkan kemampuan whatsapp business kepada anggota Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini berupa workshop. Hasilnya memberikan memotivasi dan pelatihan penggunaan whatsapp business menggunakan mentor yang berpengalaman dalam bidang komunikasi digital sehingga dapat membantu mempromosikan produk komunitas Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal.

Abstract

The era of digital marketing is the right solution for introducing products. Social media with its interactions has been widely used for promotion and interaction between business owners and potential buyers. The youth of this interaction provides a different experience between business owners and buyers which can increase the quality of trust and loyalty. The problem faced by this community is the inability to use the Whatsapp application through the Whatsapp business feature. If residents are successful in using this application, then business owners can promote their business, and target business opportunities in the digital realm. So that the output target to be achieved by the service team is how to teach WhatsApp business skills to members of the Kendal Bag Industry Center (SINTAK) in Truko Village, Kangkung District, Kendal Regency. The method used in this activity is a workshop. The results provide motivation and training on the use of WhatsApp business using experienced mentors in the field of digital communication so that they can help promote the Kendal Bag Industry (SINTAK) community product in Truko Village, Kangkung District, Kendal Regency.



1. PENDAHULUAN

Seiring pertumbuhan marketing digital yang terus meningkat, berbagai layanan aplikasi mampu menjadi sarana perkembangan usaha dalam menarik para konsumen. Tidak sedikit era digital mampu memberi peluang bagi para pelaku usaha yang ingin memperkenalkan usahannya diplatform digital, seperti media sosial. Peran pemasaran digital lebih mendorong tindakan penganjuran, sedangkan pemasaran tradisional lebih memperkasai interaksi antara pelanggan (Kotler dkk, 2019). Proses didalamnya membutuhkan kemampuan pemahaman digital yang baik dalam mencapai target usaha. Menurut laporan DataReportal, jumlah pengguna internet Indonesia 2022, tepatnya pada Januari kemarin, mencapai 204,7 juta orang. Adapun tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 73,7 persen dari total populasi pada awal tahun 2022. Artinya ini menjadi peluang yang besar dalam mengembangkan usaha. Dengan kata lain, internet menjadi faktor berubahnya budaya seseorang terutama dalam menentukan pilihan.

Marketing digital muncul dengan berkembangannya teknologi internet yang mampu menghubungkan berbagai lini masa tanpa ada batasan fisik. Interaksi didalamnya mampu membentuk jejaring pengguna yang memberikan kesan. Internet adalah sarana marketing komunikasi yang memungkinkan penggunaannya melakukan pertukaran nilai (exchange of value) (Suwatno, 2020). Jika ini digunakan untuk pemasaran memberikan keuntungan besar untuk usahanya dikenal. Salah satu media yang digunakan untuk untuk pemasaran produk adalah media sosial. Sekarang, media sosial tidak sebatas ajang seseorang memperkuat eksistensi diri, melainkan sebagai sarana marketing. Sosial media marketing (SMM) sebagai bentuk pemasaran untuk mempromosikna produk atau layanan usaha baik berbayar atau gratis. Karakteristik media sosial dengan adanya jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial dan konten (Nasrulah, 2018), memberikan pengaruh besar terhadap promosi sebuah produk.

Paguyuban Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal merupakan salah satu wada berkumpulnya para pengusaha dan pengerajin tas. Lokasi ini tempat para pengerajin tas yang menjadikan sebagai mata pencarian. Tas desa Truko dikenal memiliki kualitas yang baik dan harga yang ditawarkan realtif murah. Tangan terampil para pengerajin menjadikan produk tas desan Truko memiliki kualitas yang baik. Selain itu, produk tas SINTAK desa Truko juga sangat peka terhadap tren pasar tas yang sedang berkembang, sehingga sangat relevan digunakan dalam berbagai momentum.

Permasalahan yang dihadapi di SINTAK Desa Truko persoalan pemasaran dan menurunnya omzet penjualan. Terlebih dalam sutasi pandemi, para pengerajin mengeluhkan sulitnya menjula produk dan menurunnya pendapatan. Banyak pengerajin masih menganalkan penjualan tradisional atau membuka toko dengan harapan para pembeli datang ke toko. Minimnya praktik pemasaran digital menjadi permasalahan yang dihadapi pengerajin SINTAK di Desa Truko. Setidaknya ada tiga permasalahan yang dihadapi pengerajin SINTAK di Desa Truko. Pertama, terbatasnya pemahaman dan pengetahuan tentang marketing digital. Kedua, terbatasnya keterampilan dalam memanfaatkan berbagai platform yang dapat dimanfaatkan untuk marketing digital. Ketiga, masih banyak pengerajin tidak menggunakan media sosial sebagai promosi produk dalam meningkatkan pemasaran digital. Hal tersebut disebabkan kurangnya informasi penggunaan.

Melihat potensi peluang pengerajin SINTAK di Desa Truko yang telah dikenal sebagai pusat pengerajin tas di Jawa Tengah. Produk pengerajin SINTAK telah banyak dibeli dari berbagai daerah. Sangat potensial ketika menggunakan media sosial dalam memasarkan



produk. Terlebih media sosial bisa menjadi alternatif dalam mengatasi minimnya modal promosi bagi pelaku usaha. Media sosial memungkinkan pelaku usaha di Desa Truko berkomunikasi dengan pelanggan atau calon pembeli dengan jangkauan yang luas. Namun, tingginya persaingan antar pelaku usaha menjadi ancaman pelaku usaha, karena pembeli dapat beralih ke toko lain dan optimalisasi marketing digital yang minim mampu menurunkan kepercayaan pembeli.

Pemanfaatan media sosial dalam sebagai marketing komunikasi tidak bisa dilepaskan dari konten di media sosial tersebut. Media sosial WhatsApp melalui fitur WhatsApp business merupakan salah satu upaya penyedia aplikasi merespon pengguna WhatsApp yang terus meningkat, menjadikan aplikasi pesan singkat buatan Jan Koum semakin dilirik oleh para pebisnis. Menurut laporan We Are Social, per-februari 2022, WhatsApp menjadi media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia dengan presentasi 88,7% (Mahdi, 2022). Berdasarkan data Statista, Indonesia merupakan negara dengan pengguna WhatsApp terbanyak ketiga di dunia. Jumlah pengguna mencapai 84,8 juta pengguna pada Juni 2021 (Dihni, 2021). Artinya dengan memanfaatkan dan menggunakan berbagai fitur WhatsApp, akan banyak mendapat kemudahan dalam melakukan promosi, menjalin hubungan yang lebih personal dengan pelanggan. Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diambil suatu rumusan masalah: "Bagaimana penggunaan WhatsApp Business sebagai marketing komunikasi digital dalam meningkatkan usaha Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal

2. METODE

Tim pengabdian melakukan kegiatan pengabdian untuk memberikan pengetahuan dan pengalaman secara langsung melalui praktik pembuatan akun WhatsApp Business hingga penggunaan lebih lanjut sebagai bagian dari strategi marketing komunikasi bagi Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal.

A. Realisasi Pemecahan Masalah

Kegiatan pengabdian kepada pelaku Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko dilakukan dengan persiapan melakukan koordinasi dengan Ketua atau pihak terkait Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal, untuk melakukan koordinasi penentuan waktu dan tempat pelaksanaan. Kemudian mengajukan surat izin dan proposal kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Selanjutnya, Tim pengabdian menyusun materi yang dipaparkan pada saat pengabdian berlangsung. Pengabdian ini terdapat tiga orang pemateri yang masing-masing akan menjelaskan materinya. Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Truko Kendal. Berikut nama dan tema materi untuk pengabdian;

- 1) Kharisma Ayu Febriana, M.I.Kom, menjelaskan tentang Strategi Komunikasi
- 2) Retno Manuhoro Setyowati, M.I.Kom, menjelaskan tentang Marketing komunikasi
- 3) Yofiendi Indah Indainanto, M.I.Kom, menjelaskan tentang Implementasi marketing komunikasi

Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan melalui pertemuan langsung (tatap muka), dilokasi yang telah ditentukan. Kegiatan seperti ini sekiranya dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari peningkatan kemampuan para pemilik usaha dalam menghadapi perkembangan marketing digital.

B. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran pengabdian adalah pelaku. Tim pengabdian memilih pelaku usaha Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal, karena memerlukan marketing komunikasi berbasis digital agar dapat memenuhi



tuntutan bisnis di era digital ditengah perkembangan zaman dan meningkatkan omzet penjualan.

C. Metode Kegiatan

Pengabdian dilakukan Desa Truko, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal selama satu hari. Tim pengabdian membuat dua metode, yakni :

- a) Metode Teoritis, berupa pemaparan melalui presentasi yang ditunjang dengan modul pengabdian mengenai 'Materi pelatihan pembuatan akun WhatsApp Business untuk pelaku Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal.
- b) Metode Praktik yang dilakukan dengan praktik langsung pembuatan akun WhatsApp Business, diskusi, dan tanya jawab antara mentor dengan pelaku usaha yang tergabung di Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal, dengan alokasi waktu pengabdian direncanakan berlangsung selama empat jam (08:30 - 12:30).

D. Keterkaitan

Pengabdian yang dilakukan kepada pelaku Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal, diharapkan dapat meningkatkan kompetensi dalam penggunaan media sosial sebagai media komunikasi dan pemasaran yang efektif dalam mempromosikan produknya melalui aplikasi WhatsApp melalui fitur WhatsApp Business.

E. Model Penerapan

Metode yang digunakan yakni diawali dengan perkenalan dari masing-masing pembicara, diikuti dengan:

- 1) Diskusi untuk melihat sejauh mana keluhan dan pemahaman peserta dalam melakukan promosi produk lewat media sosial yang selama ini mereka lakukan.
- 2) Penyampaian Materi yang terdiri :
 - a) Strategi komunikasi
 - b) Komunikasi pemasaran
 - c) Implementasi marketing komunikasi melalui brand photography

Tahap terakhir pelaku Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal, diminta untuk mengisi post-test untuk mengukur sejauh mana pemahaman tentang media sosial sebagai media komunikasi sekaligus media pemasaran dan pentingnya menggabungkan antara media sosial dengan bisnis yang dijalankan demi meningkatkan omzet penjualan. Adapun kuesioner evaluasi dalam pelatihan ini adalah sebagai berikut :

- a) Apakah yang dimaksud marketing komunikasi
- b) Bagaimana cara membuat akun Whatsaap Business
- c) Bagaimana cara dan strategi pengiklanan produk lewat media sosial

Disamping mengukur keberhasilan melalui kuesioner, tolok ukur yang juga menunjukkan keberhasilan dari pelatihan ini tentunya adalah kemampuan dalam menjalankan media sosial Whatsaap Business sebagai sarana marketing komunikasi di media sosial.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari pelaksanaan pelatihan kepada masyarakat ini menjadi serangkaian kegiatan yang dilangsungkan di Aula Kantor Desa Truko, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal dihadiri 14 ibu-ibu yang tergabung dalam Sentra Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko. Upaya masyarakat yang tergabung dalam Sintak



dalam mengetahui pemasaran digital melalui pendekatan bisnis menggunakan aplikasi whatsapp business, disambut antusias yang ditandai dengan keinginan bertannya dan mempraktikkan penggunaannya. Meski ada beberapa fitur yang “asing” bagi mitra, dengan melalui pelatihan interaktif dengan menyelesaikan permasalahan masing-masing dapat terselesaikan.

Kegiatan ini dimulai dengan pembukaan mulai dari sambutan dari ketua jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Semarang, Edy Nurwahyu Julianto. Kemudian disusul sambutan dari Kepala Desa Truko, Nur Mukhton. Selanjutnya, kegiatan dengan menyebarkan pre-tes guna mengetahui dan mengukur pengetahuan masyarakat mengenai pemasaran digital dengan menggunakan whatsapp business. Hasil pre-tes menunjukkan mitra masih banyak yang tidak mengetahui kegunaan fitur-fitur yang ada di whatsapp business. Untuk pengetahuan tentang penggunaan pemasaran digital menggunakan aplikasi lain, banyak anggota mitra yang mengetahui. Untuk aplikasi whatsapp business, hanya 2 orang yang mengetahui, namun tidak menggunakan untuk kepentingan bisnis.

Kemudian pelatihan dimulai dari pemaparan materi “strategi pemasaran menggunakan Whatsapp Business”, dilanjutkan pelatihan penggunaan whatsapp business mulai dari memberi diskripsi profil pengguna, pengaturan jam kerja, sampai memberi keterangan terhadap produk. Hasil yang dapat diperoleh dari kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

A. Para pelaku usaha yang tergabung SINTAK Desa Truko memahami pentingnya pemasaran digital yang ditunjukkan dalam ketertarikan mengenal model jenis-jenis pemasaran digital. Melalui pelatihan penggunaan whatsapp business dengan mencoba berbagai fitur yang ada di aplikasi ini, mitra cepat memahami. Pelaku usaha dapat langsung mempromosikan berbagai produk-produk secara gratis melalui platform ini. Selain itu, pelaku juga bisa mengisi kegiatan lain, selain bisnis. Kemudahan fitur whatsapp business, mampu mengatur jam kerja, dan merespon konsumen dengan cepat. Hal tersebut membuat whatsapp business sangat ideal untuk pelaku usaha yang mengkehendaki respon yang cepat ditengah kesibukan. Pengguna whatsapp business yang tinggi di Indonesia dinilai sangat efektif dalam mempromosikan produk dalam bentuk foto.

B. Para pelaku UMKM Batik mendapat pengalaman serta pengetahuan tentang pemasaran digital, pengetahuan mengenai Whatsapp Business, dan ditutup dengan praktik langsung untuk membuat akun Whatsapp Business. Pembuatan akun Whatsapp Business ini dimulai dari pelaku usaha yang memiliki nomer telepon kusus untuk berbisnis dan pengguna yang telah memiliki Whatsapp Business tapi belum bisa menggunakan. Ada pelaku usaha yang langsung merubah penggunaan akun Whatsapp biasa ke Whatsapp Business.

Analisis terhadap hasil yang diperoleh, hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelaku usaha SINTAK Desa Truko sangat antusias dan bersemangat dalam mengikuti rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Peserta sangat serius dalam menyimak penjelasan materi. Antusiasme terlihat dari banyaknya pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peserta mengenai pentingnya pemasaran digital dan penggunaan Whatsapp Business untuk pemasaran kerajinan tas.



Kharisma Ayu Febriana , Retno Manuhoro Setyowati, Yofiendi Indah Indainanto
Peningkatan Keterampilan Penggunaan Whatsapp Business Sebagai Marketing
Komunikasi Digital Dalam Meningkatkan Usaha Sentra Industri Tas Di Desa Truko,
Kabupaten Kendal



Gambar 4. Foto Foto kegiatan pelatihan

Manfaat yang diperoleh dari hasil yang telah dicapai dalam pelatihan ini sebagai berikut:

- 1) Menambah pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha tentang pentingnya pemasaran online sebagai bentuk promosi dan solusi mengatasi sepinnya pengunjung ke toko dan sebagai media baru dalam merespon perkembangan teknologi digital. Peserta juga mendapat pengetahuan terkait prosedur dan langkah-langkah mengenai cara membuat akun Whatsapp Business bagi yang belum memiliki akun Whatsapp Business.
- 2) Menambah pengetahuan peserta pentingnya pemasaran digital melalui bantuan aplikasi online Whatsapp Business untuk kebutuhan promosi, dan penjualan. Melalui postingan dikatalog Whatsapp Business, mempermudah pelaku usaha dalam mengenalkan secara luas produk kerajinan tangan pelaku usaha desa Truko.

Evaluasi keberhasilan kegiatan pengabdian ini dilakukan setelah kegiatan selesai. Indikator keberhasilan dari kegiatan pengabdian ini dilihat dari faktor berikut: Respon positif dari para peserta yang dilihat dari pemahaman peserta dalam mengerjakan soal essay yang benar dan lebih tepat serta didukung dengan hasil karya dari para peserta. Hal tersebut ditandai dengan uji coba menggunakan berbagai fitur Whatsapp Business, seperti memasang foto dikatalog, memberi penjelasan produk, mengatur jam kerja, dan membuat kalimat untuk merespon calon konsumen.

Rencana tahap selanjutnya pelaksanaan PKM ini dalam merespon pelatihan peserta pelaku usaha Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko, Kabupaten Kendal dalam memanfaatkan penggunaan Whatsapp Business. Hasil yang peroleh pada tahap ini adalah peserta dapat mengimplementasikan ilmu secara efektif dan dapat memanfaatkan Whatsapp



Business untuk mengembangkan target pasar dan menaikkan pendapatan selama masa pandemi COVID-19. Adapun rencana pada tahapan selanjutnya adalah pendampingan pelaku Sentra Industri Tas Kendal (SINTAK) Desa Truko, Kabupaten Kendal dalam memanfaatkan platform digital sebagai media promosi dan sarana bisnis digital.

4. KESIMPULAN

Pelaku usaha SINTAK Desa Truko mengikuti pelatihan peningkatan keterampilan penggunaan WhatsApp Business sebagai marketing komunikasi digital yang diselenggarakan oleh Fakultas Teknologi, Informasi dan Komunikasi (FTIK), Universitas Semarang, merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan keterampilan usaha dengan memanfaatkan media digital. Pelaku usaha hanya sebagian yang mengetahui penggunaan WhatsApp Business, namun tidak banyak digunakan untuk sarana bisnis. Sebagian tidak mengetahui apa yang dimaksud dengan pemasaran digital terutama dengan menggunakan WhatsApp Business.

Setelah melaksanakan kegiatan ini, para peserta yang merupakan pelaku usaha terbantu baik secara teknis penggunaan dan pengetahuan tentang WhatsApp Business sebagai sarana pemasaran digital. Untuk pelaku usaha, pelatihan ini menjadi kebutuhan bagi mereka yang didorong dari pentingnya penguasaan pemasaran online sekarang. Terlebih menurunnya pembeli secara langsung ketoko, penjualan online menjadi salah satu kebutuhan penting dalam proses penjualan. Saran yang dapat kami sampaikan selaku Tim Pengabdian kepada Masyarakat agar kedepannya, setelah pelatihan ini, para pelaku Pelaku usaha SINTAK Desa Truko dapat mengoptimalkan penggunaan WhatsApp Business semaksimal mungkin untuk menjangkau calon pembeli yang lebih banyak dan lebih luas, sehingga permasalahan sepi pembeli yang datang ke toko dapat teratasi melalui penjualan online.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami ucapkan pada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan barokah-Nya maka pengabdian "Peningkatan keterampilan penggunaan WhatsApp Business sebagai marketing komunikasi digital dalam meningkatkan usaha Sentra Sentra Industri Tas, Di Desa Truko, Kabupaten Kendal", ini dapat dilaksanakan dengan baik. Berkat rahmat-Nya juga laporan pengabdian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu tak lupa kami mengucapkan terimakasih pada:

- 1) Dr. Supari,ST.,M.T. selaku Rektor Universitas Semarang yang selalu mendorong kami untuk menjalankan tri dharma perguruan tinggi dengan maksimal
- 2) Prof.Dr.Ir.Mudjiastuti Handajani,M.T selaku ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang telah memfasilitasi kami dengan baik untuk menjalankan pengabdian ini.
- 3) Dekan FTIK, Bapak Susanto,M.Kom, tanpa dukungan beliau selaku pemimpin langsung kami maka engabdian ini tidak akan bisa diselesaikan dengan baik
- 4) Rekan-rekan dosen di lingkungan Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Dihni, V. A. (2021, November). Indonesia Pengguna WhatsApp Terbesar Ketiga di Dunia Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/23/indonesia-pengguna-whatsapp-terbesar-ketiga-di-dunia>



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301

Kharisma Ayu Febriana , Retno Manuhoro Setyowati, Yofiendi Indah Indainanto
Peningkatan Keterampilan Penggunaan Whatsapp Business Sebagai Marketing
Komunikasi Digital Dalam Meningkatkan Usaha Sentra Industri Tas Di Desa Truko,
Kabupaten Kendal

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Mahdi, M. I. (2022, February). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022.
<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Morissan. (2019). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenadamedia Group.
- Nasrulah, R. (2018). *Media Sosial, Perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrulah, R. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital*. Kencana.
- Kotler, Philip, H. K. dan I. S. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Radarsemarang.jawapos.com. (2020, March). Beragam Jenis Tas di Kampung Leduwi.
<https://radarsemarang.jawapos.com/berita/jateng/semarang/2020/03/02/beragam-jenis-tas-di-kampung-leduwi/>
- Suwatno. (2020). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Simbiosis Rekatama Media



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301