

**Upaya Optimalisasi Praktik *Digital Marketing*
Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Budidaya Ikan Lele Pada
UMKM Griya Cendekia Desa Curug Gunung Sindur Bogor**

Rahayu Kharismawaty¹, Devi Pratiwi², Imam Sofyan Lubis³, Syukur Jaya Laowo⁴, Wuri Handayani⁵
^{1,2,3,4,5}Prodi Manajemen Pasca Sarjana, Universitas Pamulang
rahayukharismawaty@gmail.com^{1*}

Received 11 Februari 2022 | Revised 10 Maret 22 | Accepted 29 April 2022
*Korespondensi Penulis

Abstrak

Pengabdian ini berjudul upaya optimalisasi praktik digital marketing untuk meningkatkan hasil penjualan produk budidaya Ikan Lele pada UMKM Griya Cendekia, Desa Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor. Tujuan utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pelatihan dan pengetahuan secara praktis dalam ilmu manajemen dalam pengembangan pemasaran penjualan produk budi daya Ikan Lele yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Metode yang digunakan adalah penyuluhan berupa penyampaian materi secara langsung diskusi dan wawancara mengenai manajemen, pengelolaan keuangan, pemasaran produk dan penerapan MSDM dalam pengembangan UMKM, khususnya kepada pelaku UMKM pengembangan budi daya Ikan Lele pada UMKM Griya Cendekia, Desa Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor. Kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa akan dilakukan pendampingan dalam manajemen dalam pengembangan optimalisasi praktik *digital marketing* untuk meningkatkan hasil penjualan produk budidaya Ikan Lele dalam upaya mewujudkan kesejahteraan UMKM Griya Cendekia, Desa Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor.

Kata Kunci: Manajemen; Ikan Lele; Digital Marketing; UMKM

Abstract

This service is entitled Efforts to optimize digital marketing practices to increase sales of catfish aquaculture products at Griya Cendekia UMKM, Curug Village, Gunung Sindur District, Bogor Regency. The main purpose of this community service activity is to provide practical training and knowledge in management science in developing marketing sales of catfish farming products that have an impact on people's welfare. The method used is counseling in the form of direct delivery of material discussions and interviews regarding management, financial management, product marketing and the application of MSDM in the development of UMKM, especially to UMKM actors developing catfish cultivation at Griya Cendekia UMKM, Curug Village, Gunung Sindur District, District Bogor. The conclusion of this community service is that there will be assistance in management in the development of optimizing digital marketing practices to increase sales of catfish cultivation products in an effort to realize the welfare of the Griya Cendekia UMKM, Curug Village, Gunung Sindur District, Bogor Regency.

Keywords: Management; Catfish; Digital Marketing; UMKM

PENDAHULUAN

Perikanan merupakan salah satu kegiatan manusia yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumberdaya hayati perairan. Di Indonesia, menurut UU RI No. 31/2004, yang mana telah diubah menjadi UU RI No. 45/2009, menyatakan kegiatan yang termasuk dalam perikanan yaitu dimulai dari praproduksi, produksi, pengolahan sampai dengan pemasaran, yang dilaksanakan dalam suatu sistem bisnis perikanan. Dengan demikian, usaha dalam bidang perikanan dapat dikategorikan merupakan usaha agribisnis.

Salah satu produk unggulan dari budidaya ikan di desa Curug, Gunung sindur adalah ikan konsumsi seperti Ikan Lele. Dimana untuk Ikan Lele ini ditenakkan di kolam terpal. Pada musim panen, maka jumlah ikan akan berlimpah dan berpengaruh pada harga jualnya. Rata-rata budidaya ikan lele di desa curug, Gunung sindur ini masih berupa UMKM. Salah satu indikator kemajuan usaha dari UMKM sendiri adalah dari keberhasilan pemasaran mereka. Penyebab UMKM di Indonesia sulit berkembang dikarenakan adalah sistem pemasaran yang kurang berkembang pada UMKM tersebut. Pelaku UMKM yang belum terlalu jauh memikirkan inovasi dalam memasarkan produknya. Wabah pandemi Covid-19 telah berlangsung kurang lebih hampir dua tahun di Indonesia. Covid-19 ini merupakan sebuah virus yang sangat mudah menyebar dan menyebabkan terbatasnya mobilitas masyarakat sehingga secara langsung memberikan dampak terhadap pendapatan masyarakat. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang paling merasakan dampak dari adanya Covid-19. Pendapatan UMKM yang semakin menurun juga diimbangi juga dengan hasil produksi yang menurun juga.

Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan strategi pemasaran berbasis digital marketing pada usaha budidaya Ikan Lele. Pemasaran dengan menggunakan digital marketing merupakan langkah yang baik guna mengembangkan usaha para pengusaha UMKM tersebut. Digital marketing adalah

salah satu trend baru yang wajib dikuasai jika tidak ingin kalah bersaing. Digital marketing sendiri adalah strategi untuk mendapatkan konsumen dengan memanfaatkan berbagai perangkat (tools) digital berbentuk fisik maupun non- fisik. Berdasarkan versi Smart Insights, pengertian digital marketing adalah kesempatan menjangkau konsumen melalui perangkat, platform, media, data, dan teknologi digital. Sementara itu, Hubspot menyebut pengertian digital marketing adalah semua upaya pemasaran yang memanfaatkan perangkat elektronik dan internet. Pemasaran online sendiri juga memiliki risiko yang sama dengan bisnis *offline*, baik resiko bagi penjual (seller) maupun pembeli (buyer). Internet sendiri memiliki daya tarik bagi konsumen karena memiliki keunggulan misalnya kenyamanan, memiliki akses 24 jam sehari, efisiensi alternative ruang, jangkauan wilayah yang tidak terbatas, personalisasi, sumber informasi yang potensial dan masih banyak kemudahan lain. Lebih lanjut, digital marketing berpengaruh sebesar 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya (Syifa et al., 2021). Terdapat beragam akses untuk para calon konsumen agar mereka dapat melihat penawaran produk, mulai yang paling simple yakni menggunakan akun Google My Business serta menyematkan tautan Google Maps agar usaha dapat diketahui dan ditemukan dengan sangat mudah. Adanya internet juga dapat lebih menguntungkan mereka para pelaku bisnis mulai dari mempersiapkan produk, mempromosikan produk, hingga menjual produknya dilakukan secara online yang pada umumnya melalui situs web yang dimiliki atau melalui media sosial yang sudah ada selama ini. Selain itu, penggunaan media sosial merupakan salah satu media saluran untuk memasarkan produk mereka. Cukup banyak pelaku usaha mikro memanfaatkan media sosial ini. Sosial media yang cukup populer antara lain adalah Facebook, Instagram, Whatsapp, Telegram dan Tik tok; dimana merupakan media yang cukup mudah dan banyak digunakan oleh semua kalangan masyarakat.

Pengabdian ini berjudul Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing yang berupaya untuk meningkatkan hasil penjualan produk budidaya Ikan Lele di Griya Cendika, Desa Curug. Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pelatihan dan pengetahuan secara praktis ilmu manajemen dalam digital marketing. Pelatihan ini dilakukan agar usaha budidaya Ikan Lele ini semakin berkembang dan mampu berdaya saing dengan usaha budidaya Ikan Lele yang lainnya. Tujuan ini dapat dicapai dengan melakukan program kerja seperti membuat banner, memperluas segmentasi pemasaran, membuat media promosi untuk pemasaran secara online. Harapannya dengan adanya kegiatan ini akan dapat membantu pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya agar tetap berjalan dalam keadaan di masa pandemi Covid-19. Metode yang digunakan adalah metode melalui penyuluhan dan penyampaian materi secara langsung baik berupa wawancara maupun diskusi mengenai manajemen pemasaran produk dengan mengoptimalkan digital marketing yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat.

Permasalahan

Dari permasalahan diatas diperlukan adanya model pendampingan dalam menyelesaikan masalah begitu juga diperlukan model perencanaan dan perancangan budidaya Ikan Lele, model pendampingan dalam mengorganisasi kegiatan pengelolaan lahan budidaya sehingga didapatkan pengelolaan yang terkoordinasi khususnya tentang digital marketing dengan menggunakan media yang dapat dibuat sendiri. Dari berbagai model metode di atas diharapkan kegiatan tersebut dapat :

1. Memperkecil biaya operasional pemasaran budidaya Ikan Lele
2. Mengembangkan teknologi untuk menunjang pertumbuhan dan pengembangan pembudidaya Ikan Lele

Tujuan Pengabdian kepada Masyarakat

1. Untuk Mengetahui jenis digital marketing yang cocok dikembangkan pembudidaya Ikan Lele di Desa Curug Kecamatan Gunung Sindur Kecamatan Bogor
2. Untuk pengembangan secara pembudidaya Ikan Lele di Desa Curug Kecamatan Gunung Sindur Kecamatan Bogor secara financial layak untuk didirikan jika ditinjau dari segi keuntungan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen serta aspek lingkungan dan hukum
3. Untuk melatih pembudidaya Ikan Lele dan pendampingan ilmu manajemen dalam pengembangan pembudidaya Ikan Lele yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat desa pembudidaya Ikan Lele di Desa Curug Kecamatan Gunung Sindur Kecamatan Bogor

Kerangka Pemecahan Masalah

Alur kerja yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi UMKM di Desa Curug Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor Jawa Barat seperti ditunjukkan pada gambar berikut:



Dari bagan tersebut, dapat diterangkan untuk prosedur kerjanya sebagai berikut:

1. Tahap persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi:

- a. Survey awal, Pada tahap ini dilakukan survey lokasi di Desa Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor.
- b. Observasi. Setelah survey maka ditentukan pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan
- c. Rapat Koordinasi Tim. Pada tahap ini rapat mengenai pembagian tugas, membuat jadwal pelaksanaan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, sampai evaluasi dan penyusunan laporan.

2. Tahap evaluasi

Tahap evaluasi merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh

pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Evaluasi ini bisa berupa perbaikan atau saran untuk pelaksanaan kegiatan lebih baik lagi dan kelanjutan menjadi binaan kampus.

Realisasi Pemecahan Masalah

Realisasi pemecahan masalah dalam Pengabdian Kepada Masyarakat di Griya Cendekia Desa Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor ini, menghasilkan beberapa hal yang dapat dilaksanakan oleh para dosen pascasarjana antara lain:

1. Untuk pengabdian selanjutnya adalah pendampingan terhadap manajemen dalam Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Budidaya Ikan Lele pada UMKM Griya Cendekia, Desa Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor.
2. Pada Pengabdian Kepada Masyarakat selanjutnya akan dibentuk sebuah tim khusus untuk mengajarkan kelompok UMKM cara membuat konten yang menarik baik dalam bentuk video, foto produk dan kalimat pemasaran yang menarik perhatian pasar untuk meningkatkan Hasil Penjualan Produk Budidaya Ikan Lele pada UMKM Griya Cendekia, Desa Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor.
3. Pada Pengabdian Masyarakat selanjutnya melaksanakan pendampingan atau pembentukan kelompok-kelompok UMKM khususnya peternak budidaya Ikan Lele di Griya Cendekia untuk membuat akun online marketplace yang sesuai dalam memasarkan produknya untuk kebutuhan UMKM di daerah tersebut, dalam upaya mewujudkan desa dan UMKM yang sejahtera dan mandiri.

Kajian Pustaka

Perikanan memiliki potensi yang sangat besar di dalam dunia usaha. (Pursetyo, 2015) Potensi sumber daya perikanan cukup bervariasi berupa perikanan tangkap, perikanan budidaya, pengangkutan ikan, pengolahan ikan, dan pemasaran ikan. Potensi yang beragam

tersebut berdampak pada adanya kebutuhan lapangan kerja yang cukup luas dan bervariasi. Salah satu wadah dalam menyalur kebutuhan lapangan kerja yakni dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. (Tambunan, 2011).

Usaha di sektor perikanan terutama produksi budidaya Ikan lele sudah berkembang di UMKM Griya Cendekia. Jenis ikan yang ditentukan peternak untuk dibudidayakan sudah sangat tepat yakni Ikan Lele. Ikan Lele memiliki karakteristik yang menguntungkan untuk dibudidayakan dalam skala industri dan rumah tangga karena mudah beradaptasi dengan lingkungan perairan (Jatnika, dkk, 2014). Ikan Lele merupakan jenis ikan konsumsi air tawar dengan tubuh memanjang dan kulit licin. (Warseno, 2018).

Budidaya Ikan Lele UMKM Griya Cendekia didominasi oleh budidaya dengan memanfaatkan kolam. Namun ada juga yang menggunakan kolam terpal dikarenakan ada pengalihan kegunaan lahan produktif menjadi daerah pemukiman. Hal ini tidak menjadi kendala besar karena Ikan Lele dapat bertahan pada kondisi perairan yang terbatas atau kondisi air yang tidak mengalir.

Usaha budidaya Ikan Lele ini terbukti membantu peternak UMKM Griya Cendekia dalam meningkatkan kesejahteraan ekonominya sehingga cukup dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini didukung dari operasional pembudidayaan yang menguntungkan yakni tidak membutuhkan biaya besar, waktu pemeliharaan singkat, sehingga cepat memberikan hasil. Kondisi ini berbeda dengan jenis ikan lain yang lebih rentan terhadap penyakit.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Hootsuite (We are Social) yang tercantum Indonesian Digital Report 2021 diperoleh data bahwa media digital terbanyak di Indonesia yakni Youtube sebanyak 93,8% dari jumlah populasi. Kedua, pengguna Whatsapp sebanyak 87,7% dari jumlah populasi. Ketiga, pengguna

Instagram sebanyak 86,6% dari jumlah populasi. Keempat, pengguna Facebook sebanyak 85,5% dari jumlah populasi. Data tersebut dapat menjadi pertimbangan media digital yang tepat untuk target pasar budidaya Ikan Lele. Digital marketing perlu didukung dengan platform digital. Platform digital merupakan media yang digunakan untuk tujuan memasarkan produk. Platform digital terdiri dari berbagai macam cara pemakaian dengan tujuan yang berbeda

METODE

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada instansi terkait yaitu masyarakat melalui penyuluhan dan penyampaian materi secara langsung baik berupa wawancara maupun diskusi mengenai manajemen, yaitu dari segi marketing, keuangan, sumber daya manusia mengenai upaya praktik digital marketing untuk meningkatkan hasil penjualan produk budidaya Ikan Lele pada UMKM Griya Cendekia, Desa Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan dilaksanakan di Desa Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat pada tanggal 14 November 2021. Pelaksanaan ini akan dibimbing oleh tim pelaksana staf-staf pengajar dari Universitas Pamulang dengan mengikutsertakan peran instansi terkait baik aparat desa serta masyarakat.

Pada kegiatan PKM ini, metode yang digunakan adalah teknik pengumpulan data melalui cara observasi dengan mengamati atau meninjau secara langsung UMKM Griya Cendekia di Desa Curug Kecamatan Gunung Sindur Kabupaten Bogor untuk mengetahui kenyataan yang sebenarnya dan serta mendapatkan informasi yang diperlukan. Dimana langkah selanjutnya adalah memberikan pelatihan berupa materi dengan melakukan presentasi serta melakukan wawancara untuk melengkapi data yang tepat

dari sumber data yang didapat untuk mengetahui tata cara pengelolaan usaha, dan mengetahui manfaat setelah mengikuti kegiatan PKM ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Observasi

Dari hasil observasi yang dilakukan dengan wawancara dan diskusi, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Untuk pemasaran sendiri kebanyakan masih menggunakan metode konvensional
2. Untuk tampilan produk yang dipasarkan rata-rata dalam kategori baik
3. Dikarenakan keterbatasan informasi, untuk masalah legalitas seperti izin dan sertifikat halal belum berjalan

Pembahasan

Pemaparan presentasi Implementasi Peran Ilmu Manajemen dalam Pengembangan UMKM Griya Cendekia

Kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Griya Cendekia dilaksanakan pada hari minggu, tanggal 14 November 2021, dimana dilakukan pemaparan presentasi Implementasi Peran Ilmu Manajemen dalam Pengembangan UMKM Griya Cendekia. Untuk materi yang disampaikan yaitu dalam bidang manajemen yang khususnya dalam pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan.

Warga binaan UMKM Griya Cendekia diajak untuk menggali lebih dalam tentang potensi yang dimiliki dan akan dikembangkan. Pengembangan ini tidak hanya dilakukan pada tahap pengolahan awal tetapi sampai pada pengolahan dengan inovasi. Kegiatan selanjutnya pengenalan tentang digital marketing atau pemasaran digital. Digital marketing atau pemasaran berbasis digital merupakan aktivitas atau kegiatan pemasaran dengan serangkaian cara serta teknik yang menggunakan media digital yang bertujuan meningkatkan penjualan. Digital marketing dapat dilakukan dengan berbagai media seperti: website, blog, youtube maupun menggunakan media social.

Beberapa strategi diberikan dalam pengelolaan digital marketing seperti menentukan media utama apa yang akan dipilih. Sebelum menentukan media apa yang akan dipilih, sebaiknya terlebih dahulu menentukan target pasar yang akan dituju. Menentukan target pasar akan mempengaruhi pemilihan media sosial apa yang tepat. Setelah menentukan media sosial yang dipilih, selanjutnya menentukan kepribadian. Penentuan kepribadian harus sesuai dengan bisnis yang dimiliki. Bahasa yang digunakan dalam penyampaian informasi kepada pembeli dapat dilakukan dengan bahasa yang santai, banyak humor, ada juga yang menggunakan bahasa formal dan serius. Hal terpenting dalam menentukan kepribadian, harus sesuai dengan bisnis yang dimiliki. Kepribadian dalam pemilihan Bahasa menjadi penting untuk sarana promosi terlebih jika kita mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram. Visual dan bahasa yang menyenangkan serta konsisten dapat menarik lebih banyak pembeli.

Setelah memberikan pelatihan tentang pemasaran melalui online, tahapan program selanjutnya adalah mendampingi para warga UMKM Griya Cendekia dalam pembuatan akun pada platform e-commerce yang banyak tersedia di Indonesia. Platform yang dipilih nantinya sebagai tempat untuk menjual produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM Griya Cendekia meliputi: BukaLapak, Tokopedia, Shopee, Lazada, juga memanfaatkan media sosial seperti Facebook. Setelah diberikan pelatihan pembuatan akun, warga UMKM Griya Cendekia juga akan didampingi bagaimana menjual produk-produk melalui pengelolaan yang tepat. Menjalankan toko online dengan toko konvensional di dunia nyata kurang lebih sama, dibutuhkan kerja keras, keahlian, pemahaman, promosi permodalan dalam pengelolannya. Berbeda dengan menjual barang secara konvensional dimana barang atau produk dapat dilihat dan diraba fisiknya dengan detail, maka toko online hanya mengandalkan gambar visualnya saja, oleh karenanya tidak asal memasang gambar. Dibutuhkan penjelasan yang terperinci untuk

menimbulkan ketertarikan calon pembeli. Beberapa hal yang dapat dilakukan dalam pendampingan penjualan produk melalui online pada warga UMKM Griya Cendekia yaitu agar bisnis onlinenya dapat berjalan dengan sukses yaitu: Menentukan contact person yang jelas dan aktif, bersikap ramah dan sabar, mengadakan diskon, dan membuat perhitungan dan pembukuan.

Setelah program pelatihan pemasaran online, rencana tahap selanjutnya adalah evaluasi program pengabdian. Hal ini dimaksudkan untuk menganalisis dan mengevaluasi sejauh mana ketercapaian program pengabdian. Sehingga menjadi perbaikan untuk program pengabdian selanjutnya. Setelah kegiatan evaluasi program pengabdian, dilakukan penyusunan laporan akhir pengabdian sebagai bentuk pertanggung jawaban kegiatan kepada lembaga penyelenggara pengabdian kepada masyarakat yaitu Universitas Pamulang.

Secara umum warga UMKM Griya Cendekia sebagai peserta pelatihan sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan ini, hal ini tidak terlepas dari ketertarikan peserta setelah diberi pengetahuan dan pemahaman akan pentingnya memanfaatkan *digital marketing* untuk promosi produk hasil pertanian, perikanan dan peternakan. Bahkan di akhir kegiatan peserta masih terus bertanya dan melontarkan ide-ide secara personal kepada narasumber.



Gambar 1. Foto Kegiatan Pengabdian Masyarakat

SIMPULAN

Kesimpulan

Kegiatan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pamulang dengan Topik Implementasi Manajemen Keuangan dalam Pengembangan UMKM di Desa Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor telah terselesaikan dengan lancar, hal ini dikarenakan komitmen dari seluruh pelaksana kegiatan dalam menyukseskan kegiatan. Adapun hasil yang dicapai pada kegiatan ini adalah:

Tersampainya informasi terkait implementasi manajemen baik dari bidang SDM, pemasaran dan keuangan.

1. Antusias peserta kegiatan relatif tinggi terlihat dari banyaknya pertanyaan dan sharing knowledge yang disampaikan.
2. Pada pengabdian kepada masyarakat ini selanjutnya memberikan pelatihan tentang pemasaran melalui online dengan mendampingi para UMKM Griya Cendekia dalam pembuatan akun pada platform e-commerce yang banyak tersedia di Indonesia.

Saran

1. Adanya penggabungan semua UMKM yang ada di Griya Cendekia dengan satu platform website, sehingga hasil penjualan lebih meningkat dan untuk harga bisa saling menguatkan sehingga tidak terjadi perang harga.
2. Adanya produk jadi dari Ikan Lele tersebut dalam packing frozen sehingga produk bisa ditawarkan secara meluas ke daerah- daerah lain di Indonesia, sehingga pemasaran semakin berkembang dan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi *Digital Marketing* terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *IO(1)*, 9–14.
- Hayu, R. S. (2019). Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik

Konsumen Millennial Indonesia. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 61. <https://doi.org/10.32503/jmk.v4i1.362>

Holliman, Geraint and Jennifer Rowley (2014) "Business to Business Digital Content Marketing: Marketers' Perceptions of Best Practice, *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8, 4, 269-93

Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021

Jatnika, D., Sumantadinata, K., & Pandjaitan, N. H. (2014). Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Lele (*Clarias sp.*) di Lahan Kering di Kabupaten Gunungkidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 9(1), 96–105. <https://doi.org/10.29244/mikm.9.1.96-105>

Melati, I. S., Margunani, M., Mudrikah, S., & Pitaloka, L. K. (2020). Upaya Optimalisasi Praktik *Digital Marketing* Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasarakatan. *Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 155. <https://doi.org/10.20956/pa.v4i2.7685>

Pursetyo, K. T., Tjahjaningsih, W., & Pramono, H. (2015). Perbandingan Morfologi Kerang Darah di Perairan Kenjeran dan Perairan Sedati. *Jurnal Ilmiah Perikanan Dan Kelautan*, 7(1), 31–33.

Peraturan Pemerintah (PP) tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Tambunan, 2011. Teori Ekonomi Makro, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta

Warseno, Yus (2018). Budidaya Lele Super Intensif di Lahan Sempit – *Jurnal Riset Dareah Vol. XVII, No 2 Agustus 2018*