

PELATIHAN PENGGUNAAN GOOGLE ADVERTISING SEBAGAI INSTRUMEN UNTUK MEMPROMOSIKAN PRODUK PT CROWN PRATAMA

Tony Sudirgo¹, Gilbertus Brian² & Lydia Suryani Tjahjadi³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: tonys@fe.untar.ac.id

²Program Studi Sarjana Akutansi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: gilbertus.1252019@stu.untar.ac.id

³Program Studi Sarjana Akutansi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: Lydia.125220186@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

A country's economy is a continuous cycle of production and consumption of goods and services, this cycle is the most important area that supports the life of a country, and has a dominant effect on stability in various fields, especially the social, political, cultural and security of a country. One of the real evidences is the 1998 riots which was motivated by the weakening of the Indonesian economy due to the Asian Financial Crisis at that time. Companies as one of the driving wheels of the economy in a country are one of the country's largest contributors in terms of income, and employment. So that optimization is needed in maintaining the cycle of income and expenses so that the existing expenses are not greater than the income earned. One of the many problems often experienced by companies is in the field of marketing goods / services. Examples of service problems here are often associated with a lack of confidence in the quality and experience and services possessed. while in goods are often, more associated with the price and quality of the product. However, in many cases it can be seen that many companies in Indonesia engaged in services have not been able to fully maximize digital marketing to encourage the company to achieve sales targets and obtain expected profits. This PKM is a step to educate the partner company, PT CROWN PRATAMA, in optimizing one of the popular digital marketing instruments, Google Advertising, which uses machine learning technology to learn consumer behavior and interest in goods/services and present the right advertisements. This PKM is carried out on-site at PT CROWN PRATAMA using the PPT presentation method accompanied by a question and answer process. Hopefully this activity can provide knowledge and be useful for companies in utilizing advertising advances in this digital era.

Keywords: *Economy, Indonesia, Asian Financial Crisis, PKM, PT CROWN PRATAMA, Google Advertising, Machine Learning, on-site*

ABSTRAK

Perekonomian suatu negara merupakan sebuah siklus dari produksi dan konsumsi barang dan jasa secara berkelanjutan, siklus ini merupakan bidang paling penting yang menyokong kehidupan suatu negara, dan memiliki efek yang dominan terhadap kestabilan di berbagai bidang terutamanya sosial, politik, budaya dan keamanan suatu negara. Salah satu bukti nyatanya adalah kerusuhan tahun 1998 yang dilatarbelakangi oleh melemahnya perekonomian indonesia akibat dari Krisis Keuangan Asia saat itu. Perusahaan sebagai salah satu roda penggerak perekonomian di sebuah negara merupakan salah satu penyumbang terbesar negara dalam hal pendapatan, dan lapangan pekerjaan. Sehingga dibutuhkan pengoptimalan dalam menjaga siklus pendapatan dan beban yang dimilikinya agar beban yang ada tidak lebih besar daripada pendapatan yang diperoleh. Salah satu dari banyaknya masalah yang kerap dialami oleh perusahaan adalah pada bidang pemasaran barang/jasa. Contoh masalah jasa disini kerap sekali dikaitkan dengan kurangnya kepercayaan akan kualitas dan pengalaman serta pelayanan yang dimiliki. sementara pada barang, kerap lebih dikaitkan dengan harga dan kualitas dari produk tersebut. Namun pada banyak kasus bisa dilihat banyak perusahaan di indonesia yang bergerak di bidang jasa utamanya belum bisa memaksimalkan pemasaran digital secara seutuhnya untuk mendorong perusahaan tersebut mencapai target penjualan dan memperoleh laba yang diharapkan. PKM ini merupakan sebuah langkah untuk mengedukasi perusahaan mitra yaitu PT CROWN PRATAMA dalam mengoptimalkan salah satu instrumen pemasaran digital yang populer yaitu *Google Advertising* yang menggunakan teknologi *machine learning* untuk mempelajari perilaku dan ketertarikan konsumen akan suatu barang/jasa dan menghadirkan iklan yang tepat. PKM ini dilaksanakan secara *on-site* di PT CROWN PRATAMA dengan menggunakan metode presentasi PPT disertai dengan proses tanya-jawab. Harapannya kegiatan ini dapat memberikan ilmu serta bermanfaat bagi perusahaan dalam memanfaatkan kemajuan advertising di era *digital* ini.

Kata kunci: *Perekonomian, Indonesia, Krisis Keuangan Asia, PKM, PT CROWN PRATAMA, Google Advertising, Machine Learning, on-site.*

1. PENDAHULUAN

Analisis Situasi

PT CROWN PRATAMA adalah sebuah perseroan terbatas yang didirikan pada 16 Agustus 2007 berdasarkan Akta Pendirian Nomor 19 yang diubah terakhir dengan Akta Nomor 18 pada tanggal 9 Maret 2023. PT CROWN PRATAMA adalah perusahaan yang menjalankan usaha di bidang makanan khususnya jasa pengemasan ulang untuk produk gula pasir sachet, garam sachet, kopi instan sachet, krimer sachet, gula aren sachet, merica sachet, tusuk gigi sachet, sedotan sachet, sumpit sachet untuk kebutuhan HOREKA (Hotel, Restoran, Kafe) di seluruh Indonesia. Perusahaan yang dirintis oleh Bapak Benyamin Budiman, Bapak Sutan Haholongan Tobing, dan Bapak Teuku Bustami pada awalnya berdiri di sebuah bangunan 3 lantai yang beralamatkan di Jl. Empang Bahagia Raya Kelurahan Jelambar Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat. Berikut ini adalah foto PT CROWN PRATAMA yang akan menjadi mitra pelaksanaan PKM.

Gambar 1

PT CROWN PRATAMA



Seiring dengan berjalannya waktu, dalam kurun waktu 3 tahun kemudian tepatnya pada tahun 2010, perusahaan mengalami perkembangan yang ditandai dengan pindahnya perusahaan ke lokasi baru di kawasan Jakarta Barat yang beralamatkan di Komplek Prima Center 2 Blok D Nomor 6, Jl. Pesing Poglar Pool PPD Pesing No. 2, Kelurahan Kedaung Kali Angke, Kecamatan Cengkareng, Jakarta Barat. Perpindahan ini dilakukan demi menunjang kapasitas operasional perusahaan yang semakin besar yang memerlukan lokasi yang lebih luas dalam memproses jasa pengemasan.

Saat ini PT CROWN PRATAMA dipimpin oleh 2 orang Direktur dan satu orang Direktur Utama, perusahaan ini telah dipercaya menjadi pemasok di berbagai hotel besar serta restoran dan kafe besar di seluruh Indonesia. Untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin besar, maka PT CROWN PRATAMA pada tahun 2022 telah meningkatkan kapasitas produksi dengan cara menambah jumlah mesin serta mendirikan sebuah pabrik utama yang berlokasi di Kawasan Industri Blessindo Kelurahan Bojongkamal, Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang, Banten 15820.

PT CROWN PRATAMA merupakan salah satu pelopor dan perusahaan yang memiliki nama baik di bidang usaha jasa pengemasan ulang. Untuk itu, demi menjaga kualitas produk dan memenuhi

ketentuan yang sebagaimana dipersyaratkan dalam peraturan perundang-undangan, PT CROWN PRATAMA saat ini telah memiliki berbagai sertifikat kelayakan yang dibutuhkan, seperti: surat edar dari BPOM, Sertifikat ISO 9001:2015, Sertifikat SNI 3140.3:2010, Sertifikat SNI 2983:2014, Sertifikat SNI 3556:2016 dan Sertifikasi HALAL. Agar perusahaan dapat terus berkembang dan dipercaya oleh para konsumen, Perusahaan terus berkomitmen untuk selalu menjaga kualitas produk sesuai dengan standar sertifikasi yang berlaku yang telah dimiliki oleh PT CROWN PRATAMA.

Gambar 2
Produk



Perusahaan PT CROWN PRATAMA merupakan salah satu perusahaan yang berkontribusi dalam membangun perekonomian dalam negeri karena PT CROWN PRATAMA memiliki pelanggan yang kebanyakan berkategori FnB. Bisnis FnB merupakan satu dari sekian banyak bisnis yang paling diminati di Indonesia. Untuk itu kehadiran PT CROWN PRATAMA sangat penting dalam menyokong kegiatan bisnis FnB. Namun tidak semua orang mengetahui keberadaan PT CROWN PRATAMA untuk itu dalam kegiatan PKM kali ini kami akan mengenalkan tentang google advertising kepada PT CROWN PRATAMA.

Permasalahan Mitra

PT Crown Pratama adalah salah satu pelaku industri yang bergerak di jasa pengemasan gula dan sejenisnya untuk keperluan Resto, Cafe, maupun Hotel. Perseroan terbatas ini pastinya melakukan promosi dan pemasaran baik melalui pameran, Iklan Konvensional (Billboard, Flyer, dan Spanduk), atau bahkan dengan promosi langsung on site dengan mendatangi tempat terkait. Dalam hal ini jelas setiap perusahaan ingin memperoleh sebanyak mungkin pelanggan sehingga bisa memaksimalkan Profit / keuntungan potensial yang bisa didapatkan oleh perusahaan. Pada masa Modern ini terutama pada negara berkembang seperti Indonesia masih minim industri jasa yang bisa memaksimalkan penggunaan iklan / Digital Marketing baik melalui sosmed seperti Instagram, Tiktok, dll. Masih banyak juga pelaku usaha yang belum mengetahui secara pasti apakah cara ini efektif dan dapat diandalkan untuk mempromosikan dan memasarkan produk terkait. Dalam industri jasa selain harus bersaing dalam kualitas dan harga serta pelayanan, juga diperlukan Digital Marketing yang optimal.

Dilansir dari Buku Digital Marketing beberapa ahli menyatakan bahwa Perkembangan dunia digital yang berlangsung sangat cepat dan pesat di seluruh dunia menuntut aktivitas periklanan yang terjadi tidak secara langsung, namun memiliki dampak yang besar terhadap masyarakat, baik pemasaran maupun penjualan. Hal ini bisa dicapai dengan digital marketing (Heidrick dan Struggles, dalam Margaretha, et al, 2021). Hal ini didasari karena komposisi mayoritas populasi

sekarang kebanyakan didominasi oleh generasi muda yang kebanyakan sudah bergantung kepada teknologi dalam menjalani kehidupan sehari-harinya terutama smartphone sehingga waktu kebanyakan dihabiskan dalam dunia maya. Oleh karena itu, pada hal ini penting sekali untuk memperoleh informasi mengenai seluk beluk penggunaan *google advertising* terutama mengenai mekanisme, cara pemakaiannya, keunggulannya dibandingkan Iklan Konvensional dan informasi lainnya yang berkaitan dengan dukungan pemasaran yang optimal berbasis Digital Marketing

Solusi Mitra

Untuk menjawab permasalahan diatas, kami berencana untuk mengadakan kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan di PT Crown Pratama. Kegiatan ini merupakan pengalaman pertama bagi kami dan PT Crown Pratama. PKM kali ini berfokus kepada optimalisasi sumber daya teknologi yang baru yaitu *Google Advertising*, sehingga potensi dari teknologi ini bisa dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku industri dalam meningkatkan promosi dan pemasarannya. Topik ini dipilih bukan tanpa alasan, melainkan karena perkembangan teknologi saat ini yang sangat pesat dan masyarakat serta pelaku industri tidak semuanya bisa langsung mengadaptasi segala perubahan yang ada. Kami memilih mitra baru tentunya untuk memperluas dan menyebarkan ilmu kami kepada lebih banyak orang sehingga harapannya bisa berdampak positif dan berkelanjutan bagi kehidupan masyarakat dan pelaku industri secara luas.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Langkah-langkah/Tahapan pelaksanaan

Kegiatan penyuluhan ini diawali dengan kedatangan langsung ke lokasi mitra kantor PT Crown Pratama pada hari Rabu tanggal 20 September 2023. Pada saat pelaksanaan PKM ini, materi kami presentasikan secara langsung di hadapan para karyawan yang bersangkutan terutama untuk karyawan di bagian *marketing*. Pada saat pemaparan, kami juga memberikan beberapa pertanyaan yang bersifat diskusi untuk para peserta yang hadir dalam acara presentasi tersebut. Hal ini kami lakukan agar mendapatkan saran dan pesan mengingat pihak mitra lah yang mengalami pengalaman langsung di lapangan sehingga topik diskusi akan lebih menarik. Di akhir pemaparan disebarkan angket untuk evaluasi jalannya PKM ini. Berdasarkan hasil angket yang dibagikan, dapat diketahui apakah materi yang diberikan sudah diterima dengan baik oleh para peserta atau belum. Dan juga kami akan memberikan angket yang berisi minat para peserta terkait topik apa yang perlu dijadikan kegiatan PKM berikutnya.

Partisipasi mitra dalam kegiatan PKM

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan PKM ini adalah dengan mengkoordinir waktu untuk menyelenggarakan pelatihan dan mempersiapkan para karyawan yang bersangkutan agar dapat mengikuti pelatihan ini tanpa disibukkan dengan tugas-tugas lainnya untuk sementara waktu. Hari dan tanggal pelaksanaan PKM ini juga akan disesuaikan dengan pihak mitra agar tidak berbenturan dengan kegiatan kami selaku pihak yang memberikan pelatihan dan dilakukan pada tanggal 20 September 2023.

Uraian kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang sudah berdiri sejak tahun 1959 memiliki Program Studi Akuntansi dan Program Studi Manajemen serta Program Studi Magister Akuntansi dan Pendidikan Profesi Akuntansi, sehingga sudah selayaknya menyelenggarakan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai salah satu bentuk tanggung jawab untuk membangun dan meningkatkan kualitas SDM terutama dalam memanfaatkan perkembangan Teknologi berbasis Digital untuk mendukung tercapainya Indonesia Emas pada tahun 2045 dimana Indonesia

diprediksi akan menjadi 5 besar negara terkuat di dunia terutama dalam perekonomiannya. Di sisi lain, dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNTAR sudah banyak dosen yang telah tersertifikasi dan diwajibkan membuat kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi antara lain kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini.

Dalam kegiatan PKM ini pelaksana (Tim PKM) terdiri dari tiga orang dengan satu orang dosen dan didampingi oleh dua orang mahasiswa.

Adapun perincian tim PKM ini adalah:

1. Tony Sudirgo, SE., MM., Ak., CA, BKP
Kepakaran : Akuntansi dan Pajak
Tugas : Menjadi pembicara sesuai dengan bidang kepakarannya dan mengkoordinasi pelaksanaan PKM.
2. Gilbertus Brian
NIM : 125220191
Tugas : Memberikan angket dan mengumpulkan angket serta membantu pelaksanaan kegiatan PKM dengan mendampingi para siswa-siswi untuk bertanya jika ada materi yang tidak jelas.
3. Lydia
NIM : 125220186
Tugas : Memberikan angket dan mengumpulkan angket serta membantu pelaksanaan kegiatan PKM dengan mendampingi para siswa-siswi untuk bertanya jika ada materi yang tidak jelas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

PKM ini dilakukan pada tanggal 20 September 2023. Pada saat pelaksanaan PKM materi dipaparkan melalui presentasi berbentuk powerpoint dengan menggunakan proyektor yang disediakan oleh mitra bersangkutan dan disertai dengan peragaan secara langsung cara mendaftarkan iklan pada Google Advertising. Materi yang kami bawaan berhasil diterima dengan baik. Dilihat dari suasana yang kondusif dan banyaknya karyawan yang menyimak presentasi kami serta antusiasme mereka dalam menanyakan lebih lanjut tentang materi yang kami bawaan. Banyak juga yang bertanya mengenai masalah terkait budgeting dan komponen yang menarik dalam pembuatan sebuah iklan digital. Pada saat penjelasan kami juga menerima beberapa masukan dari karyawan mitra terkait alasan penggunaan strategi pemasaran secara konvensional dianggap lebih unggul.

Pembahasan

PKM ini merupakan sebuah kolaborasi diskusi lintas ilmu pengetahuan antar Universitas Tarumanagara dan PT Crown Pratama yang menekuni bidang jasa pengemasan gula. Tentunya, pengalaman dan pengetahuan kami dengan yang bergerak di lapangan memang akan berbeda dikarenakan adanya keperluan penyesuaian terkait situasi dan kondisi yang ada. Namun kami selaku penyelenggara PKM selalu berusaha sebisa kami untuk tetap netral dengan menghadirkan sebuah solusi atau jalan tengah terkait penyelesaian atas permasalahan yang dialami oleh mitra, tidak hanya secara teoretis namun dengan melakukan silang pendapat lewat sesi tanya jawab. Dalam hal ini kami menjelaskan keterkaitan antar perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dengan kemajuan di bidang advertising. Perkembangan teknologi pemasaran ini merupakan bagian dari yang disebut awal revolusi industri 4.0 yang digadang-gadang merupakan masa peralihan paling besar dari penggunaan tenaga manusia menuju mesin dan mekanisasi penuh yang mana mengindikasikan akan munculnya persaingan yang lebih ketat dalam menghadirkan

pelayanan dan pemasaran yang lebih baik antar usaha sejenis. Kami juga memberikan gambaran dan bahasan berupa studi kasus dari bagaimana perusahaan-perusahaan besar berusaha melakukan digitalisasi di bagian-bagian yang memungkinkan untuk digantikan oleh mesin. Terkait budgeting kami selalu menyatakan pentingnya keseimbangan antara cost dan benefit yang diperoleh. Desain yang dimiliki oleh iklan digital juga merupakan salah satu elemen penting dalam menarik pelanggan karena jika iklan tidak dibuat secara sederhana dan padat (informatif) maka akan sangat sulit untuk menarik pelanggan potensial yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Berikut ini adalah foto-foto kegiatan PKM yang telah diadakan beserta materi yang telah disampaikan :

Gambar 1
Materi PKM-1

Manfaat Google Advertising

1. Jangkauan iklan lebih luas.
2. Mempromosikan bisnis dengan lebih mudah dan efisien dengan biaya yang terkontrol.
3. Memiliki fitur-fitur yang dapat membantu melihat progress dari iklan dan audiens menjadi lebih ter-target.

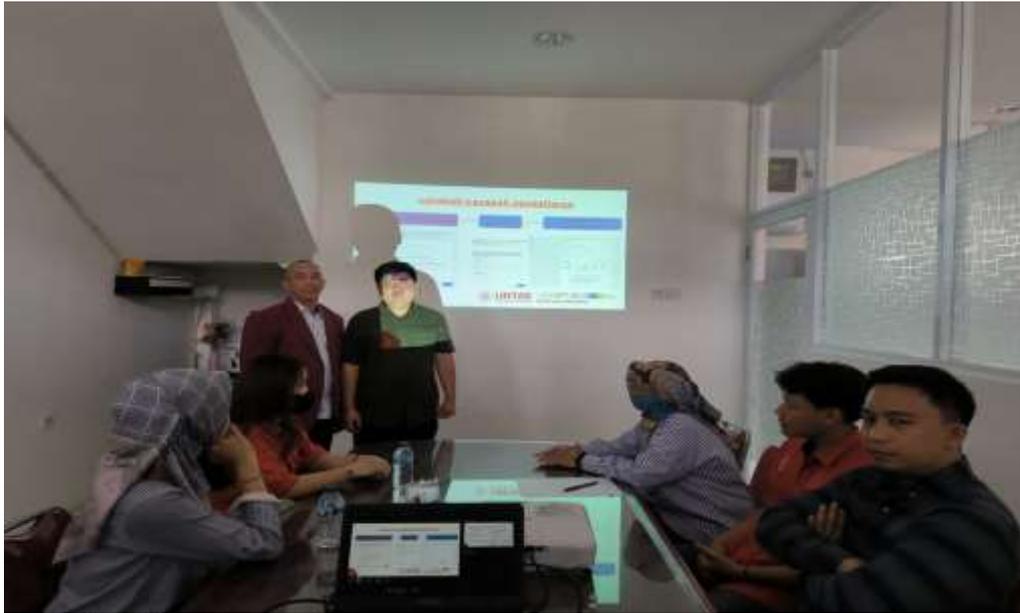


Gambar 2
Materi PKM-2

Langkah-Langkah pendaftaran



Gambar 3
Kegiatan Pelatihan dan Tanya Jawab



4. KESIMPULAN DAN SARAN

PKM dengan topik PELATIHAN PENGGUNAAN GOOGLE ADVERTISING SEBAGAI INSTRUMEN UNTUK MEMPROMOSIKAN PRODUK PT CROWN PRATAMA sudah terlaksana dengan lancar tanpa satupun hambatan. Namun pada saat pelaksanaan diketahui masih banyak karyawan di berbagai bidang belum paham dengan tepat cara mengatur settingan pada opsi untuk mengatur jumlah iklan yang akan muncul. Apakah sudah sesuai dengan yang dibutuhkan atau tidak karena jumlah iklan itu akan sangat berkaitan dengan budget yang dimiliki oleh perusahaan dalam bidang marketing. Selain itu, minimnya detail mengenai cara kerja Machine Learning dan Artificial Intelligent pada marketing juga masih menimbulkan keraguan apakah sudah tepat atau tidak dalam mencoba instrumen pemasaran digital seperti Google Advertising. Kami berpendapat hal ini diakibatkan karena peralihan teknologi memerlukan waktu dan kepercayaan serta wadah belajar yang terbuka secara luas agar bisa diadaptasi ke dalam berbagai jenis bisnis. Sulitnya terjadi transformasi marketing dari konvensional ke digital juga dipengaruhi atas adanya paham bahwa jalanya suatu marketing itu sudah ada caranya tersendiri. marketing konvensional dipandang lebih meyakinkan karena sudah dijalankan dalam waktu lama dan hasil yang diperoleh dapat diperkirakan dan dirasakan secara langsung serta lebih tepat sasaran. Mengacu pada fakta tersebut kami menyadari pentingnya seorang narasumber profesional yang berkecimpung di bidang tersebut agar dapat memberikan keyakinan dan info yang lebih menyeluruh terkait dengan hal ini, sehingga transformasi ke era digital akan disambut secara lebih positif. Kami juga menyarankan bahwa pelaksanaan PKM secara terus menerus sangat dibutuhkan karena masih banyak mitra-mitra yang belum bisa melakukan transformasi bisnisnya ke arah digital diakibatkan minimnya informasi dan wawasan serta kurangnya kepercayaan akan wadah/platform yang ada.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Pada kesempatan ini, saya sebagai ketua tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ivan sebagai pimpinan PT Crown Pratama yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini di PT Crown Pratama. Juga kepada Manajer Bidang PKM, Dr. Ir. Endah Setyaningsih, M.T. yang telah banyak membantu dan menyetujui proposal dan pendanaan agar dapat terselenggaranya kegiatan ini, serta kepada Saudari Lydia Suryani Tjahjadi dan Saudara Gilbertus Brian selaku mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Bidang Akuntansi Universitas Tarumanagara yang telah banyak membantu

dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

REFERENSI

- Afinsha Sekar Cahyaningtyas , Hany Nisrina Adipura , Airil Nurul Aeni ., 2023, Pengaruh Perkembangan Teknologi Pada Era Revolusi Industri 4.0 Terhadap Sumber Daya Manusia Dan Ketenagakerjaan Di Pasar Tenaga Kerja, Oktober 2023. Indonesia
- Diah Friskila ., 2017, Analisis Biaya Usaha Menggunakan Metode Benefit Cost Ratio, Pay Back Period, Break Even Point Untuk Mengetahui Tingkat Keuntungan Dan Kelayakan Usaha Pada Usaha Peternakan Ayam Potong (Broiler) Di Ds. Bedali Kec. Ngancar Kab. Kediri, 26 Juli 2017, Indonesia
- Erica Delia Santoso , Novia Larasati ., 2019, Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan, Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, 2019, Indonesia
- Esha Jain , Ashank Yadav ., 2017, Marketing and Technology: Role of Technology in Modern Marketing, IOSR Journal of Business and Management 2017, Mei 2017, India
- Ika Diah Candra Arifah, Mahaning Indrawaty Wijaya, Silviana Marâ•Žatus Sholihah ., 2022, Job Replacement Artificial Intelligence Di Industri Jasa: Tinjauan Pustaka Sistematis, Jurnal Ilmu Manajemen, 2022, Indonesia
- Indah Rahayu Lestari, Rinny Meidiyustiani, Desi Natalia ., 2021, Pemanfaatan Google Ads Sebagai Penunjang Bisnis UMKM Dimasa Pandemi Covid-19, Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat, Agustus 2021, Indonesia
- Ivonne Ayesha, I Wayan Adi Pratama, Syahril Hasan, Amaliyah, Nur Ika Effendi, Tri Yusnanto, Ni Desak Made Santi Diwyarhi, Ristianawati Dwi Utami, Adhy Firdaus, Mumuh Mulyana, Fitriana, Norhidayati, Ash Shadiq Egim (2022), Digital Marketing (Tinjauan Konseptual), PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Mc Kinsey , 2017, A Future That Works : Automation, Employment and Productivity, Global institute, Executive Summary
- Nihlatul Qudus Sukma Nirwana , Sarwendah Biduri ., 2021, Implementasi Digital Marketing Pada Umkm Di Era Revolusi Industri 4.0 (Study Pada Umkm Di Kabupaten Sidoarjo), BALANCE: Economic, Business, Management, and Accounting Journal, Januari 2021, Sidoarjo
- Nurul Khaeria, Ni Luh Putu Tirta Murthi, Tri Putra Triadji, Charisma Yoan Nurotul Azizah ., 2023, Pendapatan dan Beban, ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin, Januari 2023, Indonesia
- Tasâ•Žyana Ayu Larasati, Adhi Pradiptya, Mita Mawardani ., 2022, Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati, SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, 2022, Indonesia
- Yolla Margaretha, Asni Harianti, Nur, Maya Malinda, Andre Sunjaya ., 2021, Pelatihan Strategi Pemasaran Online Dalam Rangka Optimalisasi Pemasaran Produk Khas Temiyang, Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2021, 21 Oktober 2021, Jakarta