



## ANALISA DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL (ONLINE) TERHADAP BISNIS PENJUALAN PAKAIAN DI TOKO LD DIANA

**Jan Tikoalu,**

**Jessica Herawati Karaeng, Feike Lamia**

Universitas Parna Raya Manado

Email: universitasparnaraya@gmail.com

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi mampu berdampak positif dalam perkembangan ekonomi dan bisnis, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam mendukung perekonomian telah mampu beradaptasi dengan media digital. Hadirnya platform digital dapat memberikan keuntungan baik bagi pelaku usaha maupun konsumen dalam menghadapi persaingan bisnis yang transparan, berdaya saing yang semakin mengerucut.

Mengingat perkembangan aktivitas sosial media sangat cepat dan sangat strategi bagi pemasaran sebuah merek atau suatu perusahaan untuk menjangkau konsumen pada waktu sekarang maupun dimasa mendatang, maka potensi ini merupakan titik awal keberhasilan dalam dunia bisnis online yang berdampak positif memajukan usaha yang berskala kecil maupun menengah. Pemasaran melalui media sosial akan mempengaruhi konsumen terhadap niat beli, dimana semakin tinggi niat untuk membeli, maka semakin tinggi kemungkinan terjadi pembelian, hal ini dipengaruhi oleh transparansinya pemilik barang (penjual) yang menyatakan dengan spontan harga jual barang, warna dan merek barang, yang nampak jelas melalui layar media digital yang disampaikan tidak hanya dengan pihak yang dikenal tetapi juga pihak yang belum dikenal.

Toko LD Diana yang terletak dikampung kodo kelurahan lawangirung kecamatan Wenang Kota Manado menjual pakai baru maupun pakaian bekas (import) yang dikenal cabo. Toko LD Diana dalam menjual pakaian tersebut ada dua acara yaitu secara manual dipajang di dalam toko dan juga dipasarkan lewat media sosial dengan menggunakan facebook, yaitu dengan membuat postingan di akun media sosial facebook dan membuat story tentang pakaian yang ditawarkan, namun sebelumnya toko LD Diana harus terhubung dengan akun facebook orang-orang atau pelanggan yang menggunakan facebook, istilah dalam facebook mereka harus berteman dengan orang-orang yang menggunakan facebook, sehingga penulis akan menganalisis dampak dari penggunaan media sosial (online) terhadap bisnis penjualan pakaian di Toko LD Diana.

**Kata kunci:** Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM); Internet Marketing; Toko LD Diana.

### Abstract

*The development of information technology is able to have a positive impact on economic and business development. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), as one of the sectors that have an important role in supporting the economy, have been able to adapt to digital media. The presence of a digital platform can provide benefits for both business actors and consumers in the face of transparent and competitive business competition that is increasingly narrowing.*

## Analisa Dampak Penggunaan Media Sosial (Online) Terhadap Bisnis Penjualan Pakaian Di Toko Ld Diana

*The marketing of goods through social media will influence consumer's purchase intentions, where the higher the intention to buy, the higher the possibility of a purchase. This is influenced by the transparency of the owner of the goods (the seller), who spontaneously declares the selling price of goods, colors, and brands of goods that appear clearly through digital media screens that are conveyed not only to known parties but also unknown parties. Considering the development of social media activities is very fast and very strategic for brand marketing or a company to reach customers in the future, this potential is a starting point for success in the world of online business which has a positive impact on advancing small and medium scale businesses.*

*LD Diana's shop, which is located in the Kodo Street, Lawangirung, Wenang subdistrict, Manado City, sells new and used (imported) clothes, known as thrifting shop. The LD Diana shop is selling these clothes through two events, namely: manually displayed in the store and also marketed through social media using Facebook, namely by posting on Facebook social media accounts and making stories about the clothes offered, but previously the LD Diana shop had to be connected. Facebook accounts of people or customers who use Facebook. The terms of Facebook state that they must be friends with people who use Facebook and the author will analyze the impact of the use of social media (online) on the business of selling clothes at the LD Diana Store*

**Keywords:** *Micro, Small dan Medium Enterprises (MSMEs); Internet Marketing, LD Diana Store.*

### **Pendahuluan**

Penggunaan komputer dalam bisnis selama bertahun-tahun menunjukkan peningkatan yang sangat pesat, hal ini terlihat selama lima puluh (50) tahun yang lalu perubahan-perubahan itu terjadi sangat dramatis, baik untuk perangkat lunak (*software*) maupun perangkat keras (*hardware*) yang terjadi sangat realistis yang dapat memecahkan masalah-masalah dalam teknologi informatika.

Perkembangan teknologi informasi mampu berdampak positif dalam perkembangan ekonomi dan bisnis, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam mendukung perekonomian telah mampu beradaptasi dengan media digital. Hadirnya platform digital dapat memberikan keuntungan baik bagi pelaku usaha maupun konsumen dalam menghadapi persaingan bisnis yang transparan, berdaya saing yang semakin mengerucut.

Teknologi informatika dapat membawa sebuah perubahan dalam masyarakat sehingga lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik budaya, etika dan norma yang ada. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dengan berbagai kultur, suku, ras dan agama yang beraneka ragam memiliki potensi perubahan sosial. Berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik.

Beberapa fungsi dan manfaat digital adalah untuk membantu pekerjaan dalam membuat, mengubah, menyimpan, menyampaikan informasi dan menyebarluaskan

informasi secara cepat dan berkualitas serta efisien (Aditya, 2015). Di era digital saat ini, media sosial memiliki peran sangat penting sebagai alat komunikasi dimana setiap pengguna dapat membuat rangkuman profil, mendeskripsikan dirinya untuk berinteraksi dengan orang dari kalangan berbeda, baik dalam lingkup antar individu maupun dengan perusahaan. Pengguna sosial media di Indonesia mencapai 79 juta di tahun 2016 dimana setara dengan 30 persen (%) total populasi penduduk di Indonesia.

Teknologi yang canggih dengan jaringan internet yang menggunakan media sosial akan memudahkan interaksi secara langsung antara konsumen dan pelaku bisnis sehingga apapun dapat dilakukan baik sekedar mencari informasi ataupun menjalankan bisnis akan menghasilkan keuntungan antara kedua belah pihak

Pekerjaan yang harus diselesaikan dengan menggunakan bantuan jaringan internet, media sosial merupakan salah satu cara yang efektif untuk menyampaikan dan mempromosikan produk barang yang dimiliki oleh pelaku bisnis melalui *internet marketing*.

Pemasaran melalui media sosial akan mempengaruhi konsumen terhadap niat beli, dimana semakin tinggi niat untuk membeli, maka semakin tinggi kemungkinan terjadi pembelian, hal ini dipengaruhi oleh transparansinya pemilik barang (penjual) yang menyatakan dengan spontan harga jual barang, warna dan merek barang, yang nampak jelas melalui layar media digital yang disampaikan tidak hanya dengan pihak yang dikenal tetapi juga pihak yang belum dikenal.

Mengingat perkembangan aktivitas sosial media sangat cepat dan sangat strategi bagi pemasaran sebuah merek atau suatu perusahaan untuk menjangkau konsumen pada waktu sekarang maupun dimasa mendatang, maka potensi ini merupakan titik awal keberhasilan dalam dunia bisnis *online* yang berdampak positif memajukan usaha yang berskala kecil maupun menengah.

Toko LD Diana yang terletak dikampung kodo kelurahan lawangirung kecamatan Wenang Kota Manado menjual pakai baru maupun pakaian bekas (*import*) yang dikenal cabo. Berbagai macam pakaian yang di jual di Toko LD Diana mulai dari Jas (blaser) baik pria maupun wanita, jaket kulit, jaket parasut, jaket jeans, jaket hoodie, pakaian batik, kaus pria dan wanita, dress wanita, kemeja pria, celana panjang pria dan wanita, celana pendek pria dan wanita, baju anak-anak, topi, sepatu pria dan wanita, tas wanita import yang bermerek dan lain-lain. Toko LD Diana dalam menjual pakaian tersebut ada dua acara yaitu secara manual dipajang didalam toko dan juga dipasarkan lewat *online* media sosial dengan menggunakan facebook, yaitu dengan membuat postingan di akun media sosial facebook dan membuat story tentang pakaian yang ditawarkan, namun sebelumnya toko LD Diana harus terhubung dengan akun facebook orang-orang atau pelanggan yang menggunakan facebook, istilah dalam facebook mereka harus berteman dengan orang-orang yang menggunakan facebook.

Sehingga penulis merasa sangat tertarik dan membuat suatu tugas akhir dengan judul Analisa Dampak Penggunaan Media Sosial (*online*) Terhadap Bisnis Penjualan pakaian di Toko LD Diana.

### **Metode Penelitian**

Tempat penelitian dilaksanakan di Toko LD Diana Fashion Brand terletak di Jalan

J. Oroh Kelurahan Lawangirung Kecamatan Wenang Kota Manado. Pelaksanaan penelitian dilakukan selama tiga bulan dimulai pada bulan Juni 2022 sampai dengan bulan Agustus 2022. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif, dalam arti metode kualitatif yang bersifat alamiah dengan maksud lain untuk melihat kejadian jual beli yang ada di Toko LD Diana selama penelitian dimana yang terjadi benar-benar bersifat alamiah.

Teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. Metode observasi dilakukan di Toko LD Diana menggunakan metode non partisipan, dimana penulis hanya sebagai pengamat dan selama proses observasi akan membuat catatan-catatan untuk keperluan analisis dan pengecekan data kembali. Untuk teknik wawancara, percakapan dilakukan oleh di Toko LD Diana dengan mengajukan pertanyaan kepada yang diwawancarai (Bagian Keuangan, petugas yang melakukan *online* media sosial) untuk menggali struktur kognitif dari perilaku subjek yang diteliti.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **1. Gambaran Umum Toko LD Diana**

Toko LD Diana terletak di Kelurahan Lawangirung RT 02 yang dikenal dengan sebutan lain Kampung Kodo Kecamatan Wenang Kota Manado, merupakan toko yang menjual pakaian jadi baik yang masih baru maupun pakaian import (bekas) yang dijuluki cakar bolengkar (cabo). Berbagai macam pakaian yang di jual di Toko LD Diana mulai dari Jas (blaser) baik pria maupun wanita, jaket kulit, jaket parasut, jaket jeans, jaket hoodie, pakaian batik, kaus pria dan wanita, dress wanita, kemeja pria, celana panjang pria dan wanita, celana pendek pria dan wanita, baju anak-anak, topi, sepatu pria dan wanita, tas wanita import yang bermerek dan lain-lain.

#### **2. Penggunaan media sosial facebook.**

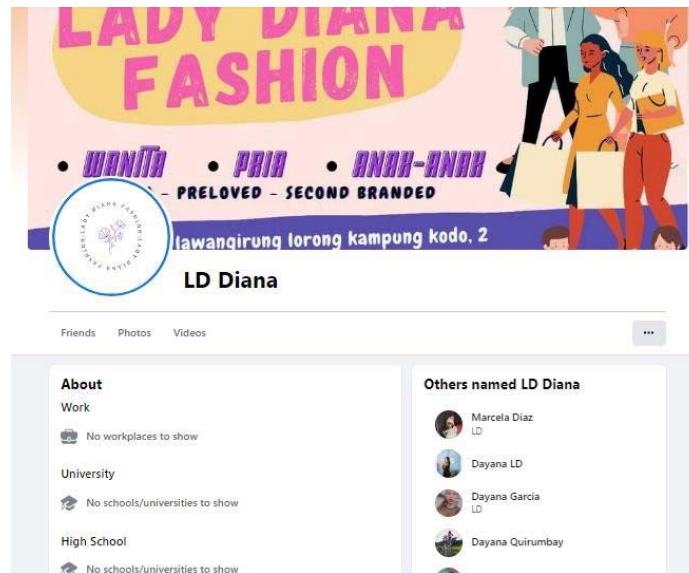
Penggunaan facebook terbanyak diperoleh data mulai umur 15 – 50 tahun, dimana usia remaja telah memiliki pemikiran operasional formal dan logis. Pada usia ini remaja terdorong untuk memahami dunianya karena tindakan yang dilakukan tidak terlepas dari lingkungan sosial sehingga ketika hampir semua teman mereka menggunakan facebook maka yang lainnya juga ikut membuat akun sebagai suatu keharusan. Kebanyakan pengguna facebook membuka akun facebook sampai berkali-kali dalam sehari selama mereka memiliki kesempatan membuka akun mereka. Sedangkan menggunakan akun facebook untuk usia dewasa telah banyak menjurus pada pembelian produk yang berlangsung live, sehingga pengguna facebook banyak tertarik dengan produk yang masa kini sehingga pengunjung yang ada pada akun facebook yang sementara menayangkan langsung dapat mengadakan eksekusi pembelian. Perkembangan sosial media facebook sangat pesat dan fungsi penggunaannya bervariasi dari mengabarkan cerita sampai pada

penayangan berbagai produk yang lagi mengalami viral, sehingga penonton yang bergabung pada sosial media facebook sangat banyak.

Facebook memang memiliki banyak pengguna dibandingkan dengan jejaring sosial yang lainnya. Jika kita bandingkan dengan media sosial yang lainnya tentu Facebook memiliki banyak keunggulan dan fitur yang lengkap. Kita bisa berbagi status, foto, video maupun beriklan di Facebook untuk mengembangkan bisnis. Tentu ada beberapa alasan mengapa facebook menjadi sangat digemari oleh masyarakat khususnya pengguna media sosial karena Facebook sangat mudah digunakan dibanding dengan media sosial yang lain. Mungkin ini menjadi salah satu faktor yang membuat facebook menjadi media sosial favorit dengan memiliki banyak pengguna. Namun di era saat ini kita juga harus berhati-hati dalam menggunakan media sosial seperti facebook, selain banyak manfaat yang kita dapatkan, banyak dampak buruk yang bisa kita dapatkan.

Dampak positif yang dapat kita peroleh seperti dapat bertemu dan berteman dengan keluarga saudara yang jauh, bertemu dengan teman lama, maupun rekan kerja dan bertemu dengan teman yang baru dan saling menyapa walau hanya di dunia maya. Namun bukan tidak mungkin berawal dari facebook kita bertemu dengan mengunjungnya secara langsung. Karena kita dapat bertukar alamat atau menanyakan alamat rumah teman atau pelanggan bisnis kita. Membagikan informasi terkini, dan kita dapat melihat sesering mungkin status dari pengguna facebook yang juga sering memberikan informasi di suatu daerah yang terhubung dengan jaringan. Sehingga kita dapat mengetahui peristiwa apa yang sedang terjadi di daerah lain. Selain dari status langsung dari pengguna, terkadang pengguna juga mengirimkan sebuah link yang menuju ke situs website yang berisikan informasi tersebut. Berbagi dan mendapatkan ilmu dapat mengikuti komunitas atau group yang ada di facebook. Kita dapat belajar dari group tersebut, dapat bertanya, berbagi ilmu yang kita miliki, sehingga wawasan pengetahuan kita akan semakin luas dengan seringnya kita berdiskusi disana. Dan kita pasti sering melihat status yang berisikan informasi tentang suatu produk biasanya akan disertai dengan gambar dan informasi lainnya. Facebook juga digunakan sebagai sarana penjualan dan pemasaran serta mempromosikan produk yang ada.

Analisa Dampak Penggunaan Media Sosial (Online) Terhadap  
Bisnis Penjualan Pakaian Di Toko Ld Diana



Gambar 1. Facebook LD Diana

### 3. Penjualan melalui media sosial Facebook

Media sosial Facebook memiliki karakter tersendiri untuk melakukan promosi penjualan produk kepada konsumen. Karakteristik promosi melalui media sosial facebook adalah :

1. Promosi dan pemasaran dilakukan kapan saja selama tersambung dengan jaringaninternet.
2. Jangkauan luas dan tak terbatas
3. Penyebaran informasi cepat
4. Akses ke konsumen mudah
5. Waktu promosi dan penjualan 24 jam
6. Rawan akan resiko
9. Biaya promosi rendah kerana tidak perlu mencetak poster, baliho atau memasang iklan dimedia televisi maupun radio, (Kurniawan, 2015).

**Tabel 1. Total Rekapen Pendapatan hasil Penjualan Pakaian di Toko LD DianaManado selama 3 Bulan (Juni 2022 s/d Agustus 2022).**

| No. | Pembelian             | Bulan Juni (Rp) | Juli (Rp)    | Agustus (Rp) |
|-----|-----------------------|-----------------|--------------|--------------|
| 1.  | Langsung ke Toko      | 23.048.000,-    | 24.565.000,- | 5.495.000,-  |
| 2.  | Lewat Facebook (live) | 35.950.000,-    | 36.450.000,- | 11.500.000,- |

Tabel 1 menggambarkan tentang pendapatan hasil penjualan pakaian di Toko LD Diana yang sangat bervariasi jumlahnya hal ini dikarenakan adanya penjualan secara *online* lewat facebook dan adanya berbagai promosi pemotongan harga pada item-item

tertentu seperti pakaian wanita (*dress*), celana panjang pria, jaket jeans dan hoodie, rajut, legging, kemeja pria, kaos oblong pria dan wanita. Hasil penjualan tertinggi tersebut didominasi oleh penjualan secara *online* dengan menggunakan media sosial facebook.

Melihat fenomena yang terjadi pada penjualan pakaian di Toko LD Diana, maka analisa yang terjadi dimana pengaruh dampak media sosial facebook (dunia maya) sangat memberikan hasil yang signifikan selama 3 (tiga) bulan dengan total hasil penjualan di Toko LD Diana sangat tinggi dibandingkan dengan penjualan yang terjadi di Toko LD Diana (dunia nyata). Bisnis *online* sangat berpengaruh terhadap penjualan omzet penjualan *offline* di toko LD Diana. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai alasan seperti pemasaran dilakukan kapan saja selama tersambung dengan jaringan internet, jangkauan luas dan tak terbatas, akses ke konsumen mudah menggunakan media sosial facebook.

#### **4. Analisa pengunjung media sosial facebook dan pengunjung di dunia nyata di Toko LD Diana Manado.**

Analisa deskripsi bertujuan untuk memperjelas gambaran hasil analisa media sosial yang berkunjung lewat *facebook* Toko LD Diana Manado, maka diperoleh:

**Tabel 2. Deskripsi pengunjung media sosial facebook di Toko LD. Diana selama 3bulan**

| No. | Pengunjung                     | Bulan Juni/hr | Juli/hr    | Agustus/hr |
|-----|--------------------------------|---------------|------------|------------|
| 1.  | Langsung ke Toko               | 35 org/hr     | 40 org/hr  | 42 org/hr  |
| 2.  | Lewat Facebook ( <i>live</i> ) | 130 org/hr    | 150 org/hr | 100 org/hr |

Tabel 2 diatas menggambarkan berapa besar minat konsumen bisnis digital media sosial facebook di Toko LD Diana, dimana pengunjung yang menonton lewat media sosial *facebook* sangat banyak dibandingkan dengan pembeli yang berkunjung di toko LD Diana Manado. Hal ini terjadi dimana masih adanya isu dampak dari pandemi COVID-19 yang membuat pengunjung masih enggan datang langsung ke Toko LD Diana Manado sehingga jumlahnya masih kurang. Selain itu gambaran tabel 2 diatas menunjukkan bahwa penggunaan media sosial facebook oleh konsumen toko LD Diana manado dikategorikan tinggi, dapat dikemukakan bahwa konsumen Toko LD Diana Manado sangat terpengaruh berbelanja lewat media sosial facebook dikarenakan tampilan, dan adanya pengaruh audio visual yang menarik dari pembawa tayangan serta kualitas barang yang di tayangkan dan harga terjangkau, hal ini memberikan nilai tambah untuk promosi dari toko LD Diana itu sendiri, sehingga banyak terjadi transaksi pembelian. Namun selain hal tersebut diatas adanya iklan dan gambar-gambar produk yang sudah termasuk sangat baik, sehingga pengunjung sangat terpengaruh dengan penyajian tersebut.

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan tentang analisa data penjualan pakaian dan pengunjung di Toko LD Diana diatas diperoleh beberapa kesimpulan yaitu :

## Analisa Dampak Penggunaan Media Sosial (Online) Terhadap Bisnis Penjualan Pakaian Di Toko Ld Diana

- a. Analisa penjualan pakaian jadi di Toko LD Diana dengan menggunakan media sosial facebook sangat signifikan hasilnya
- b. Pengunjung akun facebook (dunia maya) Toko LD Diana sangat banyak dibandingkan dengan pengunjung Toko LD Diana di dunia nyata.

### Referensi

Semua rujukan-rujukan yang diacu di dalam teks artikel harus didaftarkan di bagian referensi. Referensi harus berisi pustaka-pustaka acuan yang berasal dari sumber primer (jurnal ilmiah dan berjumlah minimum 80% dari keseluruhan referensi) diterbitkan 5 (lima) tahun terakhir. Setiap artikel paling tidak berisi 15 (Lima belas) bibliografi acuan dan 10 tahun terakhir. Penulisan sistem rujukan di dalam teks artikel dan penulisan bibliografi sebaiknya menggunakan program aplikasi manajemen referensi misalnya: Mendeley, EndNote, Reference Manager atau Zotero. Penulisan referensi menggunakan model sistem dari APA (*American Psychological Association*), edisi ke-6.).

### Referensi

- Amkas, S. (2017). Pengembangan Media Papan Ludo Word Game dalam Pembelajaran Kooperatif Tipe TGT pada Mata Pelajaran Bahasa Inggris Siswa Kelas IV SDN 1 Bali. *Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Annisa, N. (2016). Peran Media Sosial di era Globalisasi Pada Remaja Di Surakarta Suatu Kajian Teoritis dan Praktis Terhadap Remaja dalam Perspektif Perubahan Sosial. *Jurnal Analisis Sosiologi*.
- Brad, K., & James, B. (2012). *Teknologi Informasi Komunikasi*. USA: South Western.
- Brian, S. (2012). *Engage: The Complete Guide for Brands And Business To Build, Cultivate, and Measure In The New Web*. New Jersey: John Wiley and Sons Inc.
- Dharmmesta, B., & Handoko, H. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Edy, I., & Moniaga, J. (2014). *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Depublish.
- Glen, U. (2014). *Digital Marketing Strategi; text and cases*. USA: Pearson Education.
- Jarot, D., & Ananda, S. (2012). *Buku Pintar Menguasai Internet*. Jakarta: Media Kita.
- Kurniawan, J. (2012). *Teknologi Informasi Komunikasi*. Majalengka: Seta Group.
- Meilinda, N. (2018). Sosial Media On Campus; Studi Media Sosial sebagai Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip UNSRI.
- Nugroho, A. (2011). *Service Loyalty Melalui Kualitas Pelayanan dan Pengelolaan Respon Emosi Konsumen pada Perusahaan Jasa*. Jakarta: Jurnal Manajemen.
- Puntoadi, D. (2012). *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Elex Komputindo.

Jan Tikoalu, Jessica Karaeng, Feike Lamia

Purwana, D. (2017). Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit.

- Rangkuti, F. (2012). *Strategi Promosi yang Kreasi dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwan, S., & Yosua, T. (2019). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputer.
- Rusmanto. (2012). Model Pengukuran Kinerja Pada Perusahaan Jasa Konstruksi di KotaBanjarmasin. *Jurnal Aplikasi Manajemen*.
- Safori, & Komariyah. (2021). *Pengembangan Media Booklet Tema 7 Subtema 1 Keragaman Suku Bangsa dan Agama di Negeriku untuk Siswa Kelas IV SD*. UniversitasPendidikan Indonesia: Doctoral Dissertation.
- Siska, A., & Sukmono. (2018). Analisa Sebaran Vegetasi Dengan Citra Satelit Menggunakan Metode NDVI Dan Segmentasi, (Studi kasus: Kab. Demak).
- Suhendi, H., & Muamalah, F. (2016). *Membahas Ekonomi Islam Kedudukan Harta, HakMilik, Jual Beli*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Terence, S. (2012). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Intergrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- Thereseia, P. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri. *Jibeka*.
- Trisliantanto. (2020). *Metodologi Penelitian; Panduan Lengkap Penelitian*. Jakarta.
- Wardana, A. (2015). *Strategi Digital Marketing dan Implementasi Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia*. Jakarta: Seminar Nasional Keunagan dan Bisnis IV.
- Wati, S. (2017). Jual Beli Dalam Konteks Kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*.