

PELATIHAN DIGITAL MARKETING BERBASIS POTENSI LOKAL DAERAH PADA ANGGOTA KARANG TARUNA DESA WANGEN KABUPATEN KLATEN

Puspa Novita Sari¹⁾

¹⁾Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta, Sukoharjo, Jawa Tengah, Indonesia

Corresponding author : Puspa Novita Sari
E-mail : puspanovitasari@staff.uinsaid.ac.id

Diterima 15 Agustus 2023, Direvisi 25 Agustus 2023, Disetujui 28 Agustus 2023

ABSTRAK

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di era digital yang semakin berkembang telah menjadi kebutuhan bagi setiap individu, organisasi, maupun komunitas. Hal ini seiring dengan perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi. Desa Wangen merupakan salah satu desa di Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten, yang kaya akan potensi di sektor pertanian, pariwisata, kerajinan tangan, dan UMKM. Namun, masih terdapat kendala dalam memasarkan produk-produk tersebut secara efektif. Kendala tersebut dihadapi oleh anggota Karang Taruna Desa Wangen. Desa Wangen memiliki beragam produk unggulan yang dapat dikembangkan melalui pemasaran digital, namun masih minim pengetahuan dan keterampilan dalam hal tersebut. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pengetahuan dan wawasan terkait digital marketing untuk mengembangkan potensi lokal. Metode pelaksanaan diselenggarakan dalam 3 (tiga) tahapan pelaksanaan yakni focus group discussion, sarasehan, dan pendampingan teknis. Hasil pengabdian adalah peserta pelatihan mampu memanfaatkan digital marketing untuk memasarkan produk yang tercermin dalam business project.

Kata kunci: pemasaran digital; pelatihan; potensi lokal; kewirausahaan; karang taruna.

ABSTRACT

The use of information and communication technology in the growing digital era has become a necessity for every individual, organization, and community. This is in line with the changes in people's behavior in accessing information. Wangen Village is one of the villages in Polanharjo Sub-district, Klaten Regency, which is rich in potential in the agricultural, tourism, handicraft, and MSME sectors. However, there are still obstacles in effectively marketing these products. These obstacles are faced by the members of Karang Taruna in Wangen Village. Wangen Village has various superior products that can be developed through digital marketing, but still lacks knowledge and skills in this regard. Therefore, digital marketing training can be a solution to the problem of equipping Karang Taruna members in developing local potential. The training is held in three stages, namely focus group discussions, seminars, and technical assistance. The output of the activity is a business project created by the participants, where the majority of 45% of the entire group chose the culinary sector. Overall, the value of each training dimension ranges from 4.01 to 5.00, and the average value of all training dimensions is 4.27 or if expressed in percentage, the success rate is 85.4%. This indicates that, viewed from the dimensions of goals and objectives, material, instructors, methods, and participants, the implementation of the training program can be considered successful.

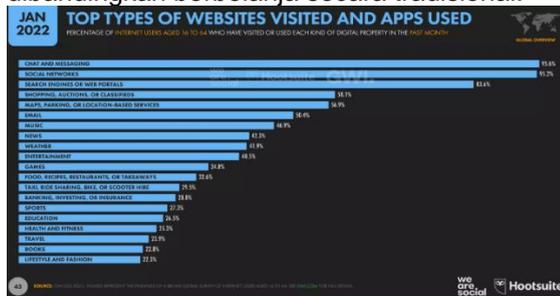
Keywords: digital marketing; training; local potential; entrepreneurship; youth organization.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat turut mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Terutama dengan hadirnya teknologi internet, segala kemudahan dan kenyamanan didapatkan dalam satu genggaman (Tirtadarma et al., 2018). Kehadiran internet dapat dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan. Baik dalam hal komunikasi untuk keperluan bisnis, pekerjaan, pendidikan, transportasi,

memasarkan produk dan jasa, maupun berbelanja online. Berdasarkan Gambar 1, survei yang dilakukan oleh Hootsuite dan We Are Social pada Januari 2022 mengungkapkan bahwa penggunaan internet untuk berbelanja online menempati urutan ke-4 dengan persentase sebesar 58,1% (Hootsuite, 2022). Belanja online saat ini digambarkan sebagai perkembangan ekonomi dan dianggap sebagai manfaat atas keberadaan e-commerce (Naseri,

2021). Selain itu, sebagian besar pembelian online dilakukan oleh Milenial (Pablo et al., 2022) (Setiawan, 2021). Sebagai kelompok usia pertama yang tumbuh dewasa dengan teknologi berbasis internet, sementara konsumen lain lebih suka berbelanja dengan cara tradisional (Pablo et al., 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Melović et al. (2021) mengungkapkan bahwa generasi milenial merasa puas dalam berbelanja online dibandingkan berbelanja secara tradisional.



Gambar 1. Jenis Website yang Dikunjungi dan Aplikasi yang Digunakan (Sumber :Hootsuite, 2022)

Hal ini menunjukkan bahwa memasarkan serta menjual produk maupun jasa secara online memiliki potensi yang besar. Tidak mengherankan apabila pemilik usaha terus menggali informasi dan memasarkan bisnisnya secara digital atau yang lebih dikenal dengan digital marketing (Desai & Vidyapeeth, 2019). Konsep digital marketing juga menjadi tema yang menarik dalam konteks globalisasi saat ini (Carpio et al., 2020). Hal ini menjadi salah satu pemicu terpenting bagi pertumbuhan ekonomi global (Bołkunow, 2019). Berdasarkan sudut pandang kurikuler, pandangan luas digital marketing mencakup bahasan seperti media sosial, mobile marketing, e-commerce, e-mail marketing, dan software marketing (Langan et al., 2019).

Pemanfaatan digital marketing tidak hanya diterapkan di sektor bisnis area perkotaan namun juga dapat diterapkan untuk bisnis di daerah dengan memanfaatkan potensi lokal setempat. Kabupaten Klaten merupakan kabupaten yang berlokasi di Jawa Tengah dan memiliki potensi kekayaan alam di sektor pertanian, perkebunan dan perikanan, industri serta pariwisata (Anggraheny et al., 2020). Salah satu desa di Kabupaten Klaten yang kaya akan potensi lokal adalah Desa Wangen. Desa Wangen memiliki area persawahan yang luas 87,678 ha/m² dengan sawah irigasi teknis 97,4756 ha/m² dan lokasi yang dekat dengan sumber mata air (Praswati et al., 2017). Hal ini menjadikan Desa Wangen memiliki potensi dan peluang usaha yang sangat luas. Keberadaan sumber mata air di Desa Wangen menjadikan desa tersebut menjadi lokasi wisata air sungai

atau yang dikenal dengan river tubing. Sektor bisnis kuliner juga merupakan salah satu potensi lokal di Desa Wangen. Tempat wisata yang tersebar di Desa Wangen dengan pemandangan dan suasana alam yang asri menjadikan Desa Wangen layak dijadikan tempat melepas penat sekaligus wisata kuliner bagi pengunjung. Sedangkan di sektor kekayaan alam, melimpahnya bahan baku bambu legi dapat dimanfaatkan warga sekitar untuk membuat kerajinan tangan, salah satunya adalah kerajinan kentongan bambu. Pengrajin dapat memanfaatkan bambu legi agar memiliki nilai jual tinggi dikarenakan bahan baku tersebut mudah ditemukan di sekitar Desa Wangen.

Berdasarkan paparan yang telah dikemukakan, maka penting bagi seluruh lapisan masyarakat untuk peduli terhadap pemanfaatan potensi lokal tersebut. Salah satu bentuk kepedulian ini dilaksanakan melalui kegiatan pelatihan kewirausahaan untuk Anggota Karang Taruna Desa Wangen Kabupaten Klaten yang didominasi oleh generasi muda-mudi berbakat usia produktif. Saat ini hampir seluruh anggotanya merupakan mahasiswa maupun karyawan di beberapa sektor usaha dan tak jarang yang juga memiliki usaha sampingan. Peluang untuk berwirausaha masih sangat besar terlebih di usia yang sangat muda. Hal inilah yang menjadi perhatian peneliti untuk meningkatkan kompetensi para Anggota Karang Taruna Desa Wangen Kabupaten Klaten melalui kegiatan pelatihan digital marketing berbasis potensi lokal. Langkah-langkah yang dapat menjadi solusi atas permasalahan yang telah diuraikan adalah :

1. Menentukan potensi lokal daerah di Desa Wangen Kecamatan Polanharjo Kabupaten Klaten,
2. Mengadakan kegiatan Pelatihan Digital Marketing dengan menghadirkan narasumber yang ahli di bidangnya,
3. Mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan pada Pelatihan Digital Marketing melalui business project.

Tujuan diadakannya kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan dan wawasan terkait digital marketing untuk mengembangkan potensi lokal Desa Wangen, yang diimplementasikan melalui pelatihan digital marketing.

METODE

Pemberdayaan generasi muda melalui pelatihan digital marketing berbasis potensi lokal pada anggota karang taruna Desa Wangen Kecamatan Polanharjo Kabupaten Klaten dilaksanakan pada bulan April 2022

hingga Mei 2022. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode pelatihan melalui 3 (tiga) tahapan pelaksanaan diantaranya :

1. Focus Group Discussion

Tahapan dalam kegiatan ini bertujuan menggali permasalahan utama yang dialami serta memperoleh gambaran potensi-potensi lokal yang ada di Desa Wangen, Polanharjo, Kabupaten Klaten, untuk selanjutnya dipersiapkan dalam kegiatan sarasehan dan pendampingan Pengabdian Kepada Masyarakat.

2. Sarasehan

Tahapan dalam kegiatan ini bertujuan membekali peserta dengan materi terkait digital marketing serta penugasan pembuatan business project. Kegiatan sarasehan dilaksanakan dalam 3 (tiga) sesi yaitu :

- Pemaparan materi oleh narasumber
- Diskusi dan tanya jawab
- Penugasan pembuatan business project

3. Pendampingan Teknis

Tahapan dalam kegiatan ini bertujuan mendampingi peserta praktek secara langsung memasarkan produknya melalui platform digital marketing.



Gambar 2. Pembukaan Focus Group Discussion



Gambar 3. Pelaksanaan Focus Group Discussion

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan “Pemberdayaan Generasi Muda Melalui Pelatihan Digital Marketing Berbasis Potensi Lokal Pada Anggota Karang Taruna Desa Wangen Kabupaten Klaten” dilaksanakan pada tanggal 17 April 2022 hingga 8 Mei 2022. Tahapan yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Focus Group Discussion

Karang Taruna Desa Wangen Kecamatan Polanharjo Kabupaten Klaten merupakan salah satu organisasi pemuda/pemudi di Kabupaten Klaten. Sebagai wilayah dengan banyak potensi lokal, diperlukan adanya identifikasi potensi-potensi sumber daya ekonomi, SDM, kelembagaan dan sumber daya fisik secara lokal yang dimiliki untuk dikembangkan oleh para pemuda/pemudi di daerah tersebut. Dengan adanya identifikasi potensi-potensi tersebut diharapkan para pemuda/pemudi Karang Taruna Desa Wangen Kecamatan Polanharjo dapat mengembangkan potensi tersebut supaya dapat bersaing dan dipasarkan secara digital.

Maksud diselenggarakannya kegiatan ini adalah untuk menggali permasalahan yang kini tengah dihadapi dalam kaitannya dengan pengembangan ekonomi kreatif dan pemanfaatan potensi lokal di wilayah Desa Wangen, Polanharjo, Kabupaten Klaten serta menjalin kerjasama dengan masyarakat sebagai perwujudan pengembangan kompetensi sosial. Oleh karena itu, kegiatan FGD Program Pengabdian Kegiatan Masyarakat yang dilaksanakan pada 17 April 2022 memberikan gambaran mengenai potensi lokal baik di bidang kerajinan, pertanian, kuliner, dan sebagainya yang dapat dikembangkan menjadi usaha maupun bisnis yang menjanjikan.

2. Sarasehan

Revolusi Industri 4.0 sangat berpengaruh terhadap berbagai sektor bisnis. Semakin maju suatu Negara semakin banyak orang yang terdidik, maka semakin dirasakan akan pentingnya dunia wirausaha. Pembangunan akan lebih mantap jika ditunjang oleh wirausahawan yang berarti, karena kemampuan pemerintah sangatlah terbatas. Pemerintah tidak akan sanggup menggarap semua aspek pembangunan

karena membutuhkan anggaran belanja yang besar, personalia, dan pengawasannya. Oleh sebab itu, wirausaha merupakan potensi pembangunan baik dalam jumlah maupun mutu. Salah satu kegiatan untuk meningkatkan kompetensi wirausaha dalam membangun bisnisnya adalah dengan pengetahuan dan ketrampilan tentang digital marketing yang saat ini tepat untuk diterapkan dalam berbisnis di era serba digital seperti saat ini. Selain itu juga sebagai acara diskusi dan dialog terbuka berkaitan tema tersebut.



Gambar 4. Pelaksanaan Sarasehan



Gambar 5. Sesi Diskusi dan Tanya Jawab Sarasehan

Kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 23 April 2022 ini bertujuan agar peserta pelatihan mampu memetakan potensi lokal dan mampu mengaplikasikan pengetahuan digital marketing yang didapatkan dari kegiatan, diantaranya :

- Overview Digital Marketing
- Teknik Copywriting
- Teknik Contentwriting
- Teknik Fotografi
- Teknik Videografi
- Platform Media Digital Marketing
- Penjualan produk melalui Marketplace

3. Pendampingan Teknis

Kegiatan pendampingan bertujuan memfasilitasi anggota Karang Taruna Desa Wangen Kabupaten Klaten untuk dapat mempraktekkan secara langsung pengetahuan yang telah didapatkan dari

pelatihan sebelumnya. Kegiatan ini dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut :

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Pendampingan Teknis

No	Tahap	Penjelasan
1.	Sesi ke-1	<ul style="list-style-type: none"> • Peserta membentuk kelompok/tim • Peserta membuat gambaran rencana project bisnis
2.	Sesi ke-2	<ul style="list-style-type: none"> • Peserta praktek membuat akun platform digital marketing (Whatsapp Business, Google Business, Instagram, Shopee) • Peserta praktek membuat copywriting dan content writing di platform digital marketing tersebut
3.	Sesi ke-3	<ul style="list-style-type: none"> • Peserta praktek membuat konten foto dan video produk • Peserta praktek upload konten foto dan video yang telah dibuat disertai copy writing di platform media digital marketing (Whatsapp Business, Google Business, Instagram, Shopee) dan siap untuk memasarkan produknya

Kegiatan pendampingan teknis sesi ke-1 yang dilaksanakan pada tanggal 6 Mei 2022 dimulai dengan pembagian kelompok. Peserta dibebaskan menentukan anggota tim dan membentuk struktur organisasi. Kegiatan dilanjutkan dengan pembuatan rencana project bisnis. Masing-masing kelompok menentukan bisnis yang akan dijalankan bersama. Setelahnya peserta membuat gambaran singkat rencana project bisnis bersama kelompok.

Kegiatan pendampingan teknis sesi ke-2, peserta yang sebelumnya telah membuat rencana project bisnis kemudian membuat akun di platform digital marketing (Whatsapp Business, Google Business, Instagram, Shopee). Nama akun yang dibuat di platform digital marketing tersebut harus sesuai dengan nama bisnis yang akan dijalankan. Kegiatan sesi 2 dilanjutkan dengan membuat copywriting dan content writing di platform digital marketing.



Gambar 6. Kegiatan Pendampingan Teknis Sesi ke-1



Gambar 7. Kegiatan Pendampingan Teknis Sesi ke-2

Kegiatan pendampingan teknis sesi ke-3, peserta ditugaskan untuk membuat foto dan video produk. Selanjutnya foto dan video yang telah dibuat di upload disertai copy writing di platform media digital marketing (Whatsapp Business, Google Business, Instagram, Shopee) dan siap untuk memasarkan produknya.

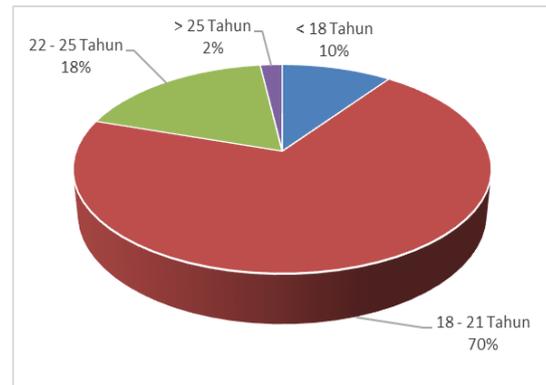


Gambar 8. Kegiatan Pendampingan Teknis Sesi ke-3

Evaluasi Kegiatan

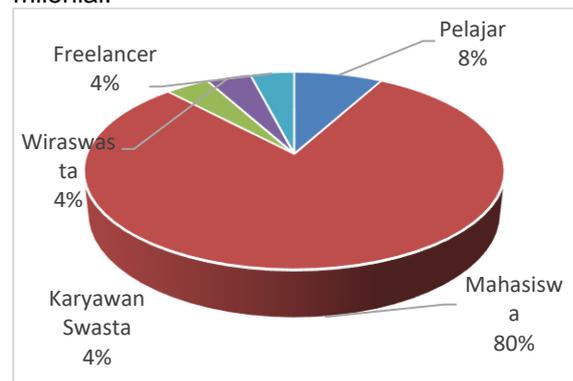
Tahapan akhir dalam pelaksanaan kegiatan Pelatihan Digital Marketing Berbasis Potensi Lokal Pada Anggota Karang Taruna Desa Wangen Kabupaten Klaten adalah evaluasi pelatihan yang terdiri atas deskripsi karakteristik responden, evaluasi berdasarkan dimensi pelatihan, dan klasifikasi sektor usaha luaran pelatihan (business project).

Deskripsi Karakteristik Responden

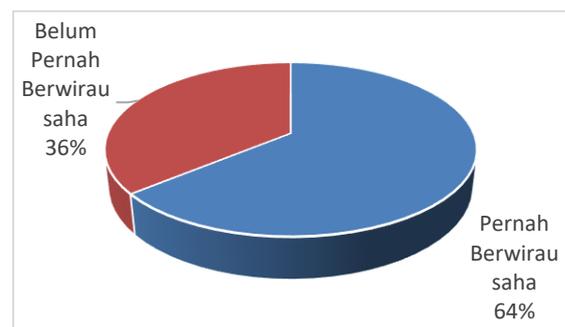


Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden dengan usia 18-21 tahun mendominasi penelitian ini dikarenakan anggota Karang Taruna Desa Wangen Kabupaten Klaten beranggotakan pemuda-pemudi yang masuk dalam kategori generasi milenial.



Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berwirausaha

Responden berdasarkan pekerjaannya terbagi menjadi beberapa klaster yakni pelajar, mahasiswa, karyawan swasta, wiraswasta, dan *freelancer*. Proporsi terbesar adalah responden yang berstatus sebagai mahasiswa yakni sebesar 80% dari total keseluruhan. Hal ini juga merujuk pada Gambar 9 dimana usia anggota yang mayoritas berada dalam rentang 18-21

tahun, sehingga mayoritas responden masih berstatus sebagai mahasiswa.

Responden berdasarkan pengalaman berwirausaha, terdapat 64% dari total keseluruhan yang sudah memiliki pengalaman berwirausaha, namun sebanyak 36% dari total keseluruhan responden nyatanya belum memiliki pengalaman berwirausaha. Hal ini menjadi peluang bagi peneliti untuk membangun minat bagi yang belum pernah berwirausaha dan mengembangkan potensi digital marketing bagi yang sudah memiliki pengalaman berwirausaha.

Evaluasi Berdasarkan Dimensi Pelatihan

Terdapat 5 (lima) dimensi yang menjadi penentu keberhasilan diadakannya suatu pelatihan, yakni tujuan dan sasaran, materi, instruktur, metode, dan peserta, dengan rincian item pertanyaan sebagai berikut :

Tabel 2. Item Pertanyaan Kuesioner

No	Dimensi Pelatihan	Indikator	Item Pertanyaan
1.	Tujuan dan Sasaran	Tingkat pemahaman dan kejelasan dari peserta tentang sasaran pelatihan.	1
		Tingkat pemahaman dan kejelasan dari peserta tentang tujuan pelatihan.	2
2.	Materi	Tingkat kesesuaian materi.	3
		Tingkat kemudahan pengaplikasian.	4
3.	Instruktur	Tingkah keahlian instruktur.	5
		Tingkat kualifikasi instruktur.	6
4.	Metode	Metode penyampaian sesuai dengan materi yang hendak disampaikan.	7
		Metode penyampaian sesuai dengan kemampuan peserta.	8

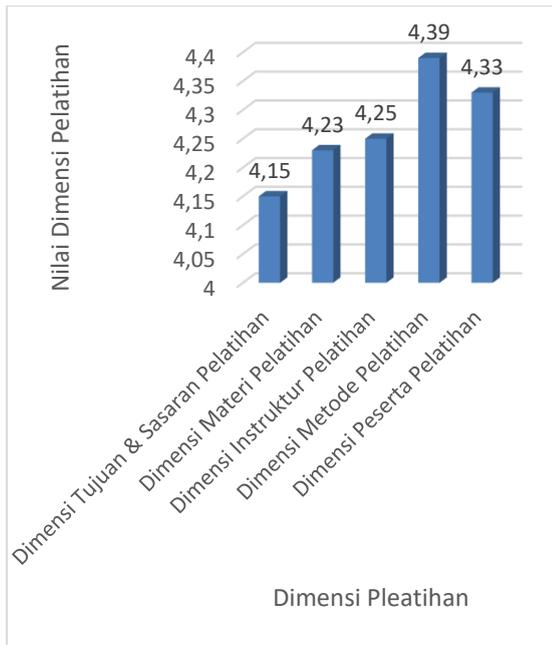
5.	Peserta	Peserta pelatihan sesuai dengan kriteria peserta yang ditetapkan.	9
		Peserta antusias terhadap pelaksanaan pelatihan.	10

Seluruh item pertanyaan yang telah disusun selanjutnya dibuat kuesioner dan diisi oleh seluruh peserta pelatihan menggunakan media isian Google Form. Setelah kuesioner disebarakan merata kepada seluruh peserta, selanjutnya dilakukan analisis nilai dimensi pelatihan per item pertanyaan sebagai berikut :



Gambar 12. Nilai Dimensi Pelatihan Per Item Pertanyaan

Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai tertinggi terdapat di dimensi metode penelitian pada item pertanyaan “metode penyampaian sesuai dengan kemampuan peserta”, dan nilai terendah terdapat di dimensi tujuan dan sasaran pada item pertanyaan “tingkat pemahaman dan kejelasan dari peserta tentang tujuan pelatihan”. Hal ini menjadi bahan evaluasi bagi peneliti bahwa diperlukan usaha lebih agar para peserta memahami tujuan diadakannya pelatihan ini. Salah satu hal yang dapat dilakukan yaitu membuat pre test sebelum diadakannya pelatihan yang berkaitan dengan materi, agar para peserta memiliki pandangan akan tujuan diadakannya kegiatan pelatihan ini.

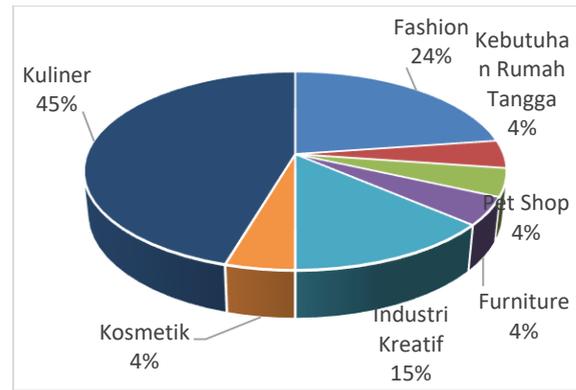


Gambar 13. Rata-rata Nilai Dimensi Pelatihan

Secara keseluruhan nilai masing-masing dimensi pelatihan antara 4,01 hingga 5,00, dan nilai rata-rata seluruh dimensi pelatihan adalah 4,27 atau apabila dinyatakan dalam persentase maka persentase keberhasilan adalah 85,4%. Hal ini menunjukkan bahwa dilihat dari dimensi tujuan dan sasaran, materi, instruktur, metode, dan peserta, pelaksanaan kegiatan pelatihan dikatakan berhasil.

Klasifikasi Sektor Usaha Luaran Pelatihan (Business Project)

Berdasarkan penugasan pembuatan business project, masing-masing peserta dibebaskan untuk memilih kelompoknya. Dari total keseluruhan kelompok, terdapat 45% kelompok membuat *business project* di bidang kuliner, 24% kelompok membuat *business project* di bidang fashion, 15% kelompok membuat *business project* di bidang industri kreatif, dan masing-masing terdapat 4% kelompok membuat *business project* di bidang penjualan kosmetik, kebutuhan rumah tangga, *pet shop*, dan *furniture*.



Gambar 14. Sektor Usaha *Business Project* Peserta Pelatihan

Data yang disajikan pada Gambar 14 memperlihatkan bahwa sektor usaha yang paling banyak diminati oleh peserta pelatihan adalah usaha di sektor kuliner. Hal ini dikarenakan lokasi Desa Wangen yang dekat dengan tempat-tempat wisata menjadikan potensi kuliner di wilayah ini dapat terus dikembangkan. Sehingga tidak mengherankan apabila peserta pelatihan melihat hal ini sebagai salah satu potensi bisnis yang dapat dijalankan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan identifikasi awal penelitian diketahui Desa Wangen memiliki potensi lokal yang luar biasa. Lokasinya yang dekat dengan sumber air menjadikan Desa Wangen memiliki potensi bisnis yang besar di sektor pariwisata maupun kuliner. Hal ini menjadi peluang bagi generasi muda di Desa Wangen untuk berperan serta dalam meningkatkan perekonomian di daerahnya.

Hasil kegiatan pengabdian adalah peserta pelatihan mampu memanfaatkan digital marketing untuk memasarkan produk yang tercermin dalam business project. Hasil evaluasi kegiatan pelatihan menunjukkan bahwa secara keseluruhan nilai masing-masing dimensi pelatihan antara 4,01 hingga 5,00. Hal ini menunjukkan bahwa dilihat dari dimensi tujuan dan sasaran, materi, instruktur, metode, dan peserta, pelaksanaan kegiatan pelatihan dikatakan berhasil.

Saran terhadap pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing dapat diterapkan juga pada anggota Karang Taruna di daerah-daerah lain terlebih untuk daerah yang memiliki keterbatasan akses pemasaran online. Sehingga diharapkan turut membantu pemerintah daerah dalam upaya mensejahterakan perekonomian warga setempat. Berikutnya kegiatan dapat turut melibatkan pihak-pihak tertentu seperti praktisi, pelaku UMKM, akademisi, dan pihak-pihak lainnya untuk dapat bersinergi dalam

mendukung pengembangan digitalisasi bagi UMKM sekitar.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada seluruh anggota Karang Taruna Desa Wangen Kabupaten Klaten, narasumber kegiatan yakni Bapak Joko Purwono, S.Psi selaku Founder Creative Space Solo, serta mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta yang turut serta berperan dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing berbasis potensi lokal daerah pada anggota Karang Taruna Desa Wangen Kabupaten Klaten.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraheny, K. R., Aristin, N. F., & Kartika, N. Y. (2020). Pemetaan sebaran dan deskripsi potensi obyek Wisata Umbul di Kabupaten Klaten. *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS*, 5(2), 79–91. <http://dx.doi.org/10.17977/um022v5i22020p79>
- Bolkunow, W. (2019). Internationalization of European small and medium-sized companies. *Eurasian Business Perspectives: Proceedings of the 22nd Eurasia Business and Economics Society Conference*, 39–51. https://doi.org/10.1007/978-3-030-11872-3_3
- Carpio, K. V. H., Arce, S., Enjolras, M., & Camargo, M. (2020). How Institutions Promote Digital Marketing in Small and Medium International Companies: a Comparison Between Costa Rica and France. *Technology Innovation Management Review*, 10(4). <https://doi.org/10.22215/timreview/1347>
- Desai, V., & Vidyapeeth, B. (2019). Digital marketing: A review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 5(5), 196–200. <https://www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd23100.pdf>
- Hootsuite. (2022). *The Global State of Digital 2022*. Hootsuite. <https://www.hootsuite.com/en-gb/resources/digital-trends>
- Langan, R., Cowley, S., & Nguyen, C. (2019). The state of digital marketing in academia: An examination of marketing curriculum's response to digital disruption. *Journal of Marketing Education*, 41(1), 32–46. <https://doi.org/10.1177/0273475318823849>
- Melović, B., Šehović, D., Karadžić, V., Dabić, M., & Ćirović, D. (2021). Determinants of Millennials' behavior in online shopping–

Implications on consumers' satisfaction and e-business development. *Technology in Society*, 65, 101561. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101561>

- Naseri, R. N. N. (2021). An Overview Of Online Purchase Intention Of Halal Cosmetic Product: A Perspective From Malaysia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(10), 7674–7681. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i10.5679>
- Pablo, K. I. A., Gallaza, G., Reyes, B. E. D., & De Jesus, F. L. B. (2022). Instaworthy: A Study on the Effects of Photo Editing towards Electronic Commerce in Metro Manila. *Journal of Business and Management Studies*, 4(2), 230–240. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.2.18>
- Praswati, A. N., Widyawati, P., & Anistiari, P. (2017). *Identifikasi Potensi Desa Wangen Polanharjo Klaten*. <http://hdl.handle.net/11617/9293>
- Setiawan, R. (2021). Keterlekatan Internet Dalam Aktivitas Keseharian Dan Pendidikan Generasi Milenial. *Jurnal Socioteknologi*, 20(1), 66–79. <https://garuda.kemdikbud.go.id/document/s/detail/2002049>
- Tirtadarma, E., Waspada, A. E. B., & Jasjfi, E. F. (2018). Kajian peranan desain ux (pengalaman pengguna)-ui (antar muka pengguna) mobile application kategori transportasi online terhadap gaya hidup bertransportasi masyarakat urban. *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 1(1), 181207. <https://doi.org/https://doi.org/10.25105/jsr.r.v1i1.4046>