

Pemanfaatan Digital Marketing dalam Proses Pemasaran Produk Secret Garden Village

Utilization of Digital Marketing in the Marketing Process of Secret Garden Village Product

Angelica Graciela Manek¹

Anak Agung Istri Agung
Maheswari²

¹Department of Communication Sciences, National Education University, Denpasar, Bali, Indonesia

²Department of Tourism Destinations, National Education University, Denpasar, Bali, Indonesia

email:

angelica.manek04@gmail.com

Kata Kunci

Digital marketing
Pemasaran produk
Secret Garden Village
Strategi pemasaran

Keywords:

Digital marketing
Product marketing
Secret Garden Village
Marketing strategy

Received: May 2024

Accepted: July 2024

Published: September 2024

Abstrak

Pemanfaatan digital marketing telah menjadi strategi yang penting dalam pemasaran produk untuk meningkatkan keuntungan dan daya saing perusahaan. Artikel ini membahas pemanfaatan digital marketing dalam pemasaran produk Secret Garden Village. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya digital marketing dalam era modern yang didukung oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana pemanfaatan digital marketing dapat meningkatkan pemasaran produk Secret Garden Village dan memperluas jangkauan pasar. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, dan analisis dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing dalam pemasaran produk Secret Garden Village berhasil meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan interaksi pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Dalam kesimpulannya, pemanfaatan digital marketing dapat menjadi sarana yang efektif bagi perusahaan untuk mencapai target pasar lebih luas dan mendapatkan keuntungan yang lebih baik. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan untuk mengadopsi strategi digital marketing dalam upaya pemasaran produk mereka.

Abstract

The use of digital marketing has become an important strategy in product marketing to increase company profits and competitiveness. This article discusses the use of digital marketing in marketing Secret Garden Village products. The background to this research is the importance of digital marketing in the modern era which is supported by the rapid development of information and communication technology. This research aims to explore how the use of digital marketing can improve the marketing of Secret Garden Village products and expand market reach. The methodology used in this research is a case study with data collection through direct observation, interviews, and analysis of related documents. The research results show that the use of digital marketing in marketing Secret Garden Village products has succeeded in increasing brand awareness, increasing customer interaction, and increasing sales. In conclusion, the use of digital marketing can be an effective means for companies to reach a wider target market and get better profits. Therefore, companies should consider adopting digital marketing strategies in their product marketing efforts.



© 2024 Angelica Graciela Manek, A.A. Istri Agung Maheswari Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i9.6929>

PENDAHULUAN

Pemanfaatan digital marketing dalam pemasaran produk telah menjadi fenomena yang umum dalam strategi pemasaran perusahaan saat ini. Dalam era digital yang terus berkembang, perusahaan perlu mengadopsi teknik-teknik pemasaran modern untuk tetap bersaing dan meningkatkan visibilitas produk mereka (Sanjaya *et al.*, 2021). Fenomena itu sendiri adalah penggunaan berbagai platform digital seperti media sosial, website, email marketing, dan mesin pencari untuk mempromosikan produk secara efektif. Dalam pemasaran produk, digital marketing dapat memberikan keunggulan kompetitif dengan menciptakan brand awareness yang lebih besar, meningkatkan interaksi pelanggan, dan meningkatkan

How to cite: Manek, A. C., & Maheswari, A. A., I. A. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Proses Pemasaran Produk Secret Garden Village. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(9), 1720-1726. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i9.6929>

penjualan. Dengan penggunaan media sosial, perusahaan dapat menyebarkan konten informatif dan menarik, serta berinteraksi langsung dengan calon pengunjung dan pelanggan potensial. Dalam hal ini, digital marketing memainkan peran kunci dalam memperluas jangkauan pasar dan menciptakan keterlibatan yang lebih dalam dengan pelanggan.

Pemasaran produk merupakan salah satu aspek penting bagi kelangsungan suatu perusahaan. Peluang pasar yang semakin terbuka dan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya digital marketing, mendorong perusahaan untuk mengadopsi strategi pemasaran yang tepat agar bisa bersaing di pasar yang semakin ketat (Saleh *et al.*, 2021). Secret Garden Village merupakan salah satu objek wisata yang menawarkan konsep berbeda dari objek wisata lainnya. Perusahaan ini membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk mempromosikan produknya, sehingga produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas dan dapat meningkatkan daya saingnya.

Posisi penelitian ini terhadap kegiatan pengabdian sebelumnya adalah sebagai lanjutan dari pengabdian sebelumnya yang bertujuan untuk meningkatkan promosi produk Secret Garden Village melalui penggunaan media sosial. Namun, penelitian ini lebih difokuskan pada aspek digital marketing yang secara lebih kompleks meliputi berbagai media online yang dapat digunakan untuk memasarkan produk.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Harahap *et al.*, 2021), pemanfaatan digital marketing telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemasaran produk. Salah satu studi menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai bagian dari strategi digital marketing dapat meningkatkan kesadaran merek secara signifikan. Dalam studi tersebut, perusahaan yang aktif berinteraksi dengan pelanggannya melalui media sosial mengalami peningkatan kesadaran merek hingga 78%. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai salah satu alat dalam digital marketing dapat membantu perusahaan untuk mencapai target pasar yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. (Sanjaya *et al.*, 2021)

Selain itu, penelitian oleh (Irfani *et al.*, 2020) menunjukkan bahwa digital marketing dapat meningkatkan interaksi pelanggan. Melalui penggunaan berbagai macam kanal digital, seperti website, email marketing, dan media sosial, perusahaan dapat memberikan informasi yang relevan dan menarik kepada pelanggan, serta memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk berinteraksi dengan perusahaan. Sebuah studi mencatat bahwa perusahaan yang menggunakan email marketing mengalami peningkatan tingkat partisipasi pelanggan hingga 40%. Selain itu, perusahaan yang aktif dalam membangun komunitas online melalui media sosial juga dapat meningkatkan interaksi pelanggan, sehingga memperkuat hubungan antara perusahaan dan konsumen.

Dari penelitian-penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan digital marketing dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi perusahaan dalam pemasaran produk. Melalui penggunaan media sosial dan berbagai kanal digital lainnya, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan interaksi pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan. Dalam konteks pemasaran produk Secret Garden Village, pemanfaatan digital marketing juga diharapkan dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan promosi produk, memperluas jangkauan pasar, dan memperoleh keuntungan yang lebih baik.

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan adalah penggunaan strategi digital marketing yang lebih kompleks sebagai salah satu cara mempromosikan produk objek wisata. Lebih lanjut, kegiatan pengabdian ini juga memberikan informasi mengenai peran digital marketing dalam meningkatkan kesadaran merek dan interaksi pelanggan. Dalam penelitian ini, studi kasus digunakan sebagai metodologi penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara, dan analisis dokumen terkait dengan pemasaran produk Secret Garden Village. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup konsep pemasaran produk, digital marketing, dan media sosial. Melalui penelitian ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan wawasan dan saran bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran produk Secret Garden Village dengan optimal.

METODE

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Dalam studi kasus, peneliti memfokuskan pada kasus atau objek yang spesifik, dalam hal ini, Secret Garden Village. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi langsung, wawancara, dan analisis dokumen terkait. Pertama, observasi langsung dilakukan untuk mengamati langsung aktivitas dan kondisi di Secret Garden Village. Observasi ini dapat mencakup pengamatan terhadap interaksi antara pengunjung dan staf, pengamatan terhadap ruang dan fasilitas, serta pengamatan terhadap proses operasional. Kedua, wawancara dilakukan dengan pihak terkait seperti manajer Secret Garden Village atau karyawan yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran yang telah dilakukan, tantangan yang dihadapi, dan peluang untuk lebih meningkatkan pemasaran. Ketiga, analisis dokumen terkait juga dilakukan. Dokumen yang dianalisis dapat mencakup rencana pemasaran, laporan penjualan, feedback dari pengunjung, dan materi promosi yang telah digunakan. Analisis ini bertujuan untuk memperoleh informasi tambahan yang relevan untuk memahami konteks dan kinerja pemasaran Secret Garden Village.

Alat dan Bahan:

- Komputer atau laptop
- Koneksi Internet stabil
- Perangkat lunak desain grafis (misalnya Adobe Photoshop atau Canva)
- Kamera atau ponsel dengan kamera berkualitas baik
- Platform media sosial (seperti Facebook dan Instagram)
- Website Secret Garden Village

Metode Pelaksanaan:

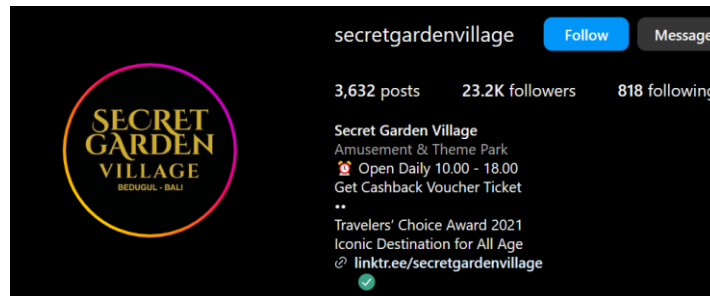
- Tentukan Tujuan: Menentukan tujuan yang ingin dicapai dengan digital marketing, seperti meningkatkan jumlah pengunjung atau meningkatkan penjualan tiket.
- Kenali Target Pasar: Mengidentifikasi siapa target pasar Secret Garden Village, seperti wisatawan lokal atau turis mancanegara. Pelajari preferensi mereka dan apa yang mereka cari ketika memilih tempat wisata.
- Buat Konten Menarik: Buat konten yang menarik untuk menarik perhatian calon pengunjung. Misalnya, posting foto-foto menarik dari taman atau video tentang kegiatan menarik yang dapat dilakukan di Secret Garden Village.
- Gunakan Platform Media Sosial: Manfaatkan platform media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk mempromosikan konten kita kepada calon pengunjung. Posting secara teratur dan menjaga interaksi dengan pengikut.
- Optimasi Website: Pastikan website Secret Garden Village mudah ditemukan di mesin pencari dengan mengoptimalkan kontennya menggunakan teknik SEO sederhana. Misalnya, menggunakan kata kunci yang relevan dalam judul dan deskripsi halaman.
- Gunakan Email Marketing: Kumpulkan alamat email dari pengunjung yang tertarik dan kirim mereka email berkala tentang promosi, acara khusus, atau update terbaru dari Secret Garden Village.
- Analisis Hasil: Lakukan analisis reguler terhadap kinerja digital marketing kita, seperti melihat jumlah pengunjung website, interaksi di media sosial, dan penjualan tiket. Gunakan informasi ini untuk mengevaluasi strategi kita dan membuat perbaikan jika diperlukan.

Melalui langkah-langkah ini, kita dapat menggunakan digital marketing dengan cara yang sederhana dan mudah dipahami untuk mempromosikan produk Secret Garden Village dan mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pemanfaatan digital marketing untuk memasarkan produk Secret Garden Village, beberapa langkah telah dilakukan. Kami menggunakan platform media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk mempromosikan konten

menarik tentang Secret Garden Village. Konten tersebut mencakup foto-foto menarik dari taman, video tentang kegiatan menarik, dan informasi terkait acara khusus. Selain itu, kami juga menggunakan teknik optimasi mesin pencari (SEO) untuk meningkatkan visibilitas website Secret Garden Village di mesin pencari seperti Google. Kami juga menggunakan email marketing untuk berkomunikasi dengan pengunjung yang tertarik melalui pengiriman email berkala tentang promosi, acara khusus, dan update terbaru.



Gambar 1. Sosial Media Instagram Secret Garden.

Pemanfaatan digital marketing dalam pemasaran produk Secret Garden Village telah memberikan hasil yang positif. Melalui konten menarik yang dipromosikan melalui platform media sosial, kami berhasil meningkatkan jumlah pengunjung ke Secret Garden Village. Penggunaan teknik SEO juga membantu meningkatkan visibilitas website Secret Garden Village di mesin pencari, sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon pengunjung. Selain itu, email marketing juga efektif dalam menjaga komunikasi dengan pengunjung yang tertarik dan berpotensi meningkatkan jumlah penjualan tiket. Selama kunjungan ke Secret Garden Village, kami melakukan sejumlah kegiatan yang menarik dan bervariasi. Pertama-tama, kami melakukan tur keliling Secret Garden Village untuk mengeksplorasi dan menikmati keindahan alam yang dimiliki tempat ini. Kami memasuki berbagai area taman sambil mendapatkan penjelasan tentang berbagai spesies tanaman dan kegunaan herbalnya. Ada banyak tanaman obat tradisional dan rempah-rempah yang ditanam di taman ini, dan kita dapat mempelajari lebih lanjut tentang manfaatnya untuk kesehatan dan kecantikan



Gambar 2. Penjelasan mengenai produk herborist



Gambar 3. Penjelasan mengenai biji kopi dan alat yang digunakan menggiling biji kopi.

Selanjutnya, kami memasuki laboratorium untuk melihat langsung proses pembuatan produk di Secret Garden Village. Di sini, kita dapat melihat tenaga ahli dalam memproses bahan-bahan alami menjadi berbagai produk berkualitas tinggi, seperti sabun dan produk perawatan kulit. Kita diajarkan tentang proses pengolahan dan bahan-bahan yang digunakan, serta betapa pentingnya memilih produk yang alami dan ramah lingkungan untuk kecantikan kita.

Setelah itu, kami diajak masuk ke *theater room* untuk menyaksikan video branding tentang Secret Garden Village. Video tersebut memberikan gambaran lengkap tentang filosofi dan nilai-nilai tempat ini, serta mengilustrasikan pengalaman unik yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Dalam video ini, kita dapat melihat betapa detailnya perhatian yang diberikan dalam menciptakan dan mempertahankan keindahan dan kualitas di Secret Garden Village.

Selanjutnya, kami melihat-lihat berbagai produk yang dijual di Secret Garden Village. Produk-produk ini termasuk handcream, parfum, skincare, dan makeup yang semuanya terbuat dari bahan-bahan alami dan herbal. Kita dapat melihat koleksi yang beragam dan berkualitas tinggi, dan dengan penjelasan dari staf, kita dapat memahami manfaat dan keunggulan dari setiap produk. Terakhir, kami mendapatkan penjelasan lebih lanjut tentang biji kopi yang ditanam di Secret Garden Village. Kita mempelajari tentang proses penanaman, panen, pengolahan, dan kualitas biji kopi yang dihasilkan. Penjelasan ini memberi wawasan yang menarik tentang industri kopi dan mengapa biji kopi dari Secret Garden Village sangat istimewa dan bernilai



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan.

Dalam keseluruhan kunjungan kami ke Secret Garden Village, kami mendapatkan pengalaman yang sangat menarik dan edukatif. Melalui kegiatan touring keliling, kami dapat mengeksplorasi keindahan alam, mendapatkan pengetahuan

tentang herbal dan produk alami, dan memahami lebih dalam tentang filosofi dan nilai-nilai dari tempat ini. Kami juga diajak melihat-lihat produk-produk berkualitas dan mendapatkan penjelasan tentang biji kopi yang berkualitas tinggi. Semua kegiatan ini memberikan pengalaman yang berharga dan membuat kami semakin terinspirasi oleh keindahan dan kualitas di Secret Garden Village

Pembahasan

Hasil pemanfaatan digital marketing dalam pemasaran produk Secret Garden Village menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengunjung dan meningkatkan visibilitas situs web. Hal ini menggambarkan efektivitas strategi digital marketing yang telah digunakan (Irfani *et al.*, 2020). Kami juga dapat melihat bahwa strategi digital marketing ini lebih efektif daripada strategi pengabdian sebelumnya, yang mungkin mengandalkan promosi offline seperti brosur atau iklan di surat kabar lokal. Digital marketing memungkinkan kami untuk menjangkau lebih banyak calon pengunjung dengan biaya yang relatif lebih rendah.

Namun, meskipun strategi digital marketing telah memberikan hasil yang positif, perlu terus dilakukan evaluasi dan pengembangan. Dalam era digital yang terus berkembang, persaingan dalam industri pariwisata juga semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan konten secara teratur, pengoptimalan teknik SEO yang lebih lanjut, dan eksplorasi strategi digital marketing baru yang dapat meningkatkan keberhasilan pemasaran Secret Garden Village. (Irfani *et al.*, 2020) Dengan demikian, pemanfaatan digital marketing dalam pemasaran produk Secret Garden Village telah membawa manfaat yang signifikan dan merupakan strategi yang efektif dalam mempromosikan dan meningkatkan pengunjung dan penjualan tiket Secret Garden Village. Namun, terus adanya peningkatan dan pengembangan dalam strategi ini diperlukan untuk tetap bersaing di industri pariwisata yang semakin kompetitif. (Istifadhoh *et al.*, 2022)

Penerapan Strategi Marketing Dan Promosi

- a. Kerjasama dengan influencer dan travel agents: Secret Garden Village melakukan kerjasama dengan influencer dan travel agents sebagai strategi marketing dan promosi. Dengan melibatkan influencer yang memiliki pengikut yang banyak di media sosial, Secret Garden Village dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka (Farell *et al.*, 2019). Influencer akan mempromosikan Secret Garden Village melalui konten menarik dan merekomendasikan tempat ini kepada pengikut mereka. Sementara itu, kerjasama dengan travel agents akan memungkinkan Secret Garden Village untuk mencapai pasar yang lebih luas dengan memperoleh akses ke jaringan dan pelanggan dari travel agents tersebut.
- b. Pembukaan cabang di daerah strategis: Secret Garden Village menyadari pentingnya aksesibilitas bagi pengunjung. Oleh karena itu, mereka membuka cabang (outlet) di beberapa daerah di Bali, terutama di daerah yang strategis seperti Ubud dan Kuta. Dengan membuka cabang di lokasi-lokasi ini, Secret Garden Village dapat memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk mengakses dan mengunjungi tempat tersebut. Ini juga menjadi strategi untuk menjangkau calon pengunjung yang tinggal atau menginap di daerah-daerah tersebut.
- c. Peningkatan brand awareness: Melalui strategi-strategi di atas, Secret Garden Village dapat meningkatkan brand awareness atau kesadaran masyarakat tentang keberadaan tempat ini. Kerjasama dengan influencer dan travel agents membantu memperluas jangkauan promosi dan menarik perhatian lebih banyak orang. Sementara itu, pembukaan cabang di daerah strategis membantu memperluas cakupan geografis dan memudahkan pengunjung untuk mengunjungi tempat ini. Semua strategi ini berkontribusi untuk meningkatkan pembicaraan dan popularitas Secret Garden Village di masyarakat serta membangun kesadaran tentang produk dan pengalaman yang ditawarkan oleh tempat ini. (Naimah *et al.*, 2020)

Dengan menggunakan strategi marketing dan promosi seperti kerjasama dengan influencer dan travel agents, serta pembukaan cabang di daerah strategis, Secret Garden Village telah berhasil meningkatkan brand awareness dan mencapai target pasar yang lebih luas. Strategi ini berperan penting dalam menarik dan mengundang minat pengunjung untuk mengunjungi tempat ini, serta memperkuat posisi Secret Garden Village sebagai tujuan wisata yang menarik dan populer di Bali.

KESIMPULAN

Dalam pemanfaatan digital marketing untuk memasarkan produk Secret Garden Village, terbukti bahwa strategi ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan brand awareness dan menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui kerjasama dengan influencer dan travel agents, serta promosi melalui media sosial, Secret Garden Village berhasil memperluas jangkauan promosi mereka dan menarik minat pengunjung potensial. Selain itu, pembukaan cabang di daerah strategis juga membantu dalam meningkatkan aksesibilitas bagi pengunjung. Untuk kegiatan pengabdian selanjutnya, disarankan untuk terus memperkuat presence online, mengoptimalkan penggunaan digital marketing tools dan analytics untuk mengukur performa kampanye, serta terus meningkatkan interaksi dan engagement dengan pengikut di media sosial untuk mempertahankan minat dan kepercayaan konsumen terhadap Secret Garden Village.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang turut berpartisipasi dan mendukung keberhasilan kegiatan ini. Terima kasih kepada Pihak yang membantu atas dukungannya dalam mendanai kegiatan ini. Juga tak lupa kepada pihak narasumber, organisasi, unsur masyarakat, serta sivitas akademika yang telah turut serta dalam melakukan kegiatan. Kehadiran dan kontribusi dari setiap pihak telah membawa dampak positif dan memperkaya pengalaman kami. Terima kasih atas kerjasama dan dukungan yang diberikan. Semoga kolaborasi yang baik ini dapat terus berlanjut untuk kegiatan-kegiatan selanjutnya.

REFERENSI

- Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan pemasaran dan kewirausahaan UKM pada Kota Sawahlunto. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42–47. <http://dx.doi.org/10.24036/sb.0310>
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2), 77–85. <https://doi.org/10.32493/JLS.v3i2.p77-85>
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada UKM dalam menghadapi era industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659. <https://doi.org/10.31764/jces.v3i3.2799>
- Istifadhoh, N., Wardah, I., & Stikoma, T. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ecoprint. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 147–152. <https://doi.org/10.24967/jjms.v9i1.2278>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Saleh, Y., Rahmalia, D., Tantriadisti, S., & Sari, I. R. M. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Para Pelaku Umkm Di Desa Paguyuban Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sakai Sambayan*, 5(3), 213–221. <http://dx.doi.org/10.23960/jss.v5i3.318>
- Sanjaya, A., Nursandy, F. L., Lisvia, L., & Nurlita, Y. S. (2021). Pemanfaatan digital marketing dalam memasarkan produk di masa pandemi covid-19. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 3(2), 167–181. <http://dx.doi.org/10.23960/jss.v5i3.318>