

# Pendampingan Penggunaan Digital Marketing dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Komoditas Teh, Durian dan Beras Mentik

Yusron Hanafi<sup>1</sup>, Rotama<sup>2</sup>, Djehan Bondan<sup>3</sup>, Kharisma Nur<sup>4</sup>, Akfina Tahniul<sup>5</sup>, Ajib Tri Imtihan<sup>6</sup>, Adhelia Rahma Ariyani<sup>7</sup>, Devania Saputri<sup>8</sup>, Rohmi Fatkhi Sabila<sup>9</sup>, Rara Hadidi Wandas Reyya<sup>10</sup>, Faticha Trihati<sup>11</sup>, Dipa Rindi Asar<sup>12</sup>, Rizka Febriani<sup>13</sup>, Putri Kinanti<sup>14</sup>

<sup>1-14</sup>STIT Muhammadiyah Tempurrejo Ngawi

\*e-mail: [yusronhanafi1986@gmail.com](mailto:yusronhanafi1986@gmail.com)

## Abstract

*There is a lot of potential for producing tea, durian, and mentik rice commodities in Sine Village, Ngawi Regency. Nevertheless, these products' marketing is still restricted and subpar. Therefore, in order to improve the sales results of these commodities, support for the use of digital marketing is required. The goal of this support is to help farmers and traders become more proficient in using digital marketing channels to promote their goods. The coaching approach involves instruction and hands-on support in utilizing digital marketing channels including social media and online marketplaces. The outcomes of the aid demonstrate that the use of digital marketing can boost the sales of commodities including tea, durian, and mentik rice in Sine Village, Ngawi Regency. Farmers and traders are also better equipped to promote their goods via digital technologies thanks to this help. Therefore, helping with digital marketing could be one way to boost sales of Teh, Durian, and Mentik Rice products in Sine Village, Ngawi Regency.*

**Keywords:** Digital Marketing, marketing, commodities Tea, Durian and Mentik Rice

## Abstrak

*Desa Sine Kabupaten Ngawi memiliki potensi besar dalam produksi komoditas Teh, Durian, dan beras mentik. Namun, pemasaran produk-produk ini masih terbatas dan belum Optimal. Oleh karena itu, perlu dilakukan pendampingan penggunaan digital marketing sebagai upaya dalam meningkatkan hasil penjualan komoditas tersebut. Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan petani dan pedagang dalam menggunakan platform digital marketing untuk memasarkan produk-produk mereka. Metode pendampingan yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan langsung dalam menggunakan platform digital marketing seperti media social dan marketplace online. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa penggunaan digital marketing dapat meningkatkan hasil penjualan komoditas teh, Durian, dan beras mentik di Desa Sine Kabupaten Ngawi. Pendampingan ini juga meningkatkan kemampuan petani dan pedagang dalam menggunakan teknologi Digital untuk memasarkan produk-produk mereka. Dengan demikian, pendampingan penggunaan digital marketing dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan hasil penjualan komoditas Teh, Durian, dan Beras Mentik di Desa Sine Kabupaten Ngawi*

**Kata kunci:** Digital Marketing, pemasaran, komoditas Teh, Durian dan Beras Mentik

## 1. PENDAHULUAN

Desa Sine terletak di bawah kaki Gunung lawu di kecamatan Sine Kabupaten Ngawi. Desa tersebut kaya akan potensi Sumber Daya Alam diantaranya terdapat Kebun Teh seluas 478,2 hektar, luas kebun Duren 200 hektar dan luas petanian 4000 hektar (Arief, 2022). Tidak heran Desa Sine menjadi Desa terkaya di kabupaten Ngawi. Dengan letak yang terpencil di kaki Gunung lawu petani dengan komoditas teh, durian dan beras Mentik mempunyai hambatan dengan proses penjualan dikarenakan masih minimnya pengalaman dengan penggunaan alat komunikasi atau HP dan Pendidikan yang rendah oleh karena itu kami rombongan dari STIT Muhammadiyah Ngawi ingin membantu memecahkan persoalan desa tersebut dengan melakukan pendampingan tentang *Digital Marketing*.

Pendampingan penggunaan *digital marketing* sebagai upaya dalam meningkatkan hasil penjualan komoditas teh, durian, dan beras Mentik di Desa Sine, Kabupaten Ngawi, merupakan langkah strategis yang sangat relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar saat ini. *Digital marketing* telah terbukti menjadi media pemasaran yang efektif dan efisien dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan volume penjualan produk, termasuk bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah UMKM. Dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, website, dan *marketplace*, para petani dan pelaku usaha di Desa Sine dapat menginformasikan produk mereka secara lebih luas, menarik minat konsumen, serta mempermudah proses transaksi dan komunikasi dengan pelanggan (Barwise & Meehan 2010).

Penerapan digital marketing tidak hanya membantu dalam meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat posisi produk komoditas lokal di pasar yang semakin kompetitif (Chadwick, 2019). Khususnya untuk komoditas unggulan seperti teh, durian, dan beras Mentik, digital marketing dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan keunikan dan kualitas produk secara langsung kepada konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Pendampingan yang diberikan diharapkan dapat mengatasi kendala teknis dan non-teknis dalam penggunaan digital marketing, sehingga pelaku usaha di Desa Sine mampu mengoptimalkan potensi digital untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat (Ryan, 2016).

Tujuan diadakan pendampingan ini diharapkan komoditas alam desa Sine yang berupa teh, durian dan beras Mentik penjualan dapat meningkat dan bisa bersaing dengan kota lainnya, perlu diketahui meskipun kota Ngawi mempunyai hasil alam yang *agronomis* masih menggantungkan ketiga komoditas tersebut dari kota lainnya seperti duren dari Ponorogo, teh dari bogor dan beras mentik dari Kota Delanggu Klaten. Hal tersebut karena kurangnya sosialisai *digital marketing* tentang hasil alamnya sendiri (Kotler & Keller 2016).

Dengan demikian, program pendampingan ini tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan teknis, tetapi juga pada pengembangan strategi pemasaran *digital* yang tepat sasaran, sehingga dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan hasil penjualan komoditas teh, durian, dan beras Mentik di Desa Sine, Kabupaten Ngawi.

## 2. METODE

### 2.1. Sosialisasi Pentingnya Digital Marketing

Salah satu langkah awal yang paling penting dalam proses ini adalah mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pemasaran digital. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran sumber daya manusia (SDM) petani padi yang menanam teh, durian, dan mentik tentang peran penting pemasaran digital dalam membuat produk mereka lebih kompetitif dan terlihat di pasaran. Untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, pemasaran tradisional seringkali tidak cukup. Oleh karena itu, penjelasan menyeluruh tentang beberapa saluran digital yang mungkin digunakan, seperti media sosial, pemasaran email, dan e-commerce, merupakan bagian dari proses sosialisasi. *Market place Facebook* merupakan salah satu platform e-commerce yang sangat relevan untuk ketiga komoditas yang disebutkan di atas. Karena kemudahan penggunaan platform digital dan kemampuannya untuk menjangkau budaya Indonesia di semua tingkatan (Muljono, 2018).

### 2.2. Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan pemasaran digital merupakan pelatihan berikutnya setelah sosialisasi. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan informasi dan kemampuan yang berguna bagi SDM Petani di Desa Sine tentang taktik pemasaran digital yang sukses. Sumber daya yang akan diberikan mencakup topik-topik seperti cara menghasilkan konten yang menarik, cara memanfaatkan media sosial untuk promosi, dan strategi SEO untuk meningkatkan visibilitas situs web. Akan ada dua sesi kursus ini, yang masing-masing berlangsung selama satu jam (Susanto, 2017). Peserta belajar cara menghasilkan materi yang menarik dan relevan bagi audiens mereka selama lokakarya ini. Misalnya, mereka akan menemukan betapa pentingnya penceritaan dalam pemasaran dan bagaimana hal itu dapat membuat barang mereka lebih mudah diingat oleh pelanggan. menggarisbawahi bahwa

pemahaman menyeluruh tentang audiens target dan bagaimana mereka terlibat dengan konten sangat penting untuk rencana pemasaran digital yang sukses. Kumar juga menjelaskan bagaimana UKM dapat menggunakan pemasaran digital untuk membangun nilai konsumen jangka Panjang (Tuten & Solomon, 2017).

### 2.3. Pendampingan Praktis

Pendampingan praktis merupakan bagian penting dari metodologi ini, bertujuan untuk membantu petani teh, durian dan beras mentik dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang telah dipelajari. Pendampingan akan dilakukan dalam empat sesi, masing-masing berdurasi dua jam. Dalam setiap sesi, pengabdian akan memberikan bimbingan langsung dalam mengelola akun media sosial, membuat konten, dan menganalisis data dari kampanye pemasaran yang dilakukan (Zahay & Peltier, 2016). Salah satu aspek penting yang akan dibahas dalam pendampingan ini adalah penggunaan media sosial sebagai alat interaksi dengan pelanggan. Menjelaskan bahwa media sosial adalah alat yang sangat penting untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan, yang dapat dimanfaatkan oleh UKM untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens mereka. juga menunjukkan hubungan antara keberlanjutan dan pemasaran melalui media sosial, yang relevan untuk strategi pemasaran (Solomon, 2018).

### 2.4. Praktik Penerapan Digital Marketing

Setiap sesi pendampingan mencakup waktu yang dialokasikan untuk praktik langsung. Para petani akan diajak untuk membuat konten promosi, mengatur kampanye iklan di media sosial, dan menggunakan alat analitik untuk mengevaluasi hasil dari strategi yang diterapkan. Praktik ini bertujuan untuk memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga dapat menerapkannya dalam situasi nyata. Sebagai contoh, selama sesi praktik, peserta akan diajarkan cara membuat iklan yang menarik di Facebook market place termasuk cara menentukan target audiens yang tepat. Penggunaan alat analitik sangat penting untuk memahami efektivitas kampanye pemasaran digital. juga menekankan peran pemasaran digital dalam mendorong pertumbuhan bisnis, yang menjadi fokus dalam pendampingan ini (Kaur, 2018).

### 2.5. Evaluasi dan Umpan Balik

Pada setiap kegiatan, dilakukan evaluasi untuk mengukur pemahaman dan keterampilan yang diperoleh oleh Petani Desa Sine, melalui *pre test* dan *post test*. Umpan balik dari peserta juga dikumpulkan untuk meningkatkan kualitas pelatihan dan pendampingan di sesi berikutnya. Proses evaluasi ini sangat penting untuk memastikan bahwa peserta benar-benar memahami materi yang telah diajarkan dan mampu menerapkannya dengan baik. Hal ini sejalan dengan pandangan yang menyatakan bahwa evaluasi dan umpan balik adalah bagian penting dari proses pembelajaran yang efektif juga menekankan pentingnya menciptakan pengalaman pelanggan yang baik melalui berbagai saluran pemasaran. Dengan melakukan evaluasi secara berkala, pengabdian dapat menyesuaikan metode pengajaran untuk memenuhi kebutuhan peserta (Arini, et al., 2024).

### 2.6. Modul Pelatihan dan Sumber Daya

Pengabdian menyediakan modul pelatihan yang berisi materi tentang digital marketing, serta tutorial dan alat yang diperlukan untuk menerapkan strategi yang telah dipelajari. Modul ini akan menjadi referensi yang berguna bagi peserta setelah pelatihan selesai. Durasi sosialisasi sekitar satu jam, pelatihan selama dua kali pertemuan masing-masing satu jam, dan pendampingan selama empat kali pertemuan dengan total waktu sekitar delapan jam (Hutter, K., & Hoffmann 2020). Tim pengabdian terdiri dari satu penyaji pelatihan dan empat pendamping yang berpengalaman dalam pemasaran digital. Dengan pengalaman yang dimiliki, tim pengabdian diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga kepada peserta dan membantu mereka mengatasi tantangan yang mungkin dihadapi dalam menerapkan *digital marketing*.

### 2.7. Pendekatan Kolaboratif

Dengan pendekatan kolaboratif ini, diharapkan Petani desa Sine dapat meningkatkan

kemampuan pemasaran digital mereka dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Melalui penerapan strategi pemasaran digital yang tepat, Petani Sine diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di pasar yang semakin dinamis. Pendekatan kolaboratif ini tidak hanya melibatkan pengabdian dan peserta, tetapi juga mencakup interaksi dengan pelanggan dan stakeholder lainnya. Petani Ngawi mengadakan sesi tanya jawab secara langsung dengan pelanggan melalui media sosial, yang tidak hanya meningkatkan interaksi tetapi juga memberikan wawasan berharga tentang preferensi pelanggan. Dengan demikian, mereka dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk lebih memenuhi kebutuhan audiens (Kumar & Reinartz, 2016).

Optimalisasi pemasaran Petani Sine melalui penerapan *digital marketing* adalah langkah strategis yang dapat membawa perubahan signifikan dalam cara mereka beroperasi dan berinteraksi dengan pasar. Melalui sosialisasi yang efektif, pelatihan yang mendalam, pendampingan praktis, dan evaluasi yang berkelanjutan, Petani Sine akan dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk bersaing di era digital.

Setiap tahapan dalam metodologi ini saling terkait dan saling mendukung, menciptakan ekosistem pembelajaran yang holistik. Dengan menggunakan pendekatan kolaboratif dan berfokus pada praktik, Petani Sine tidak hanya dapat meningkatkan visibilitas produk mereka tetapi juga membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Pada akhirnya, penerapan digital marketing yang efektif diharapkan dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan daya saing UKM, dan menciptakan keberlanjutan usaha yang lebih baik di masa depan (Carthy, 2008).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan ini terdiri dari tiga variabel yaitu terhadap komoditas teh, durian dan beras mentik. Berikut pembahasannya.

#### 3.1. Pendampingan terhadap petani Duren

Kami telah melakukan penelitian dan pendekatan terhadap petani Duren dengan jalan observasi dan wawancara dengan jumlah respon 10 orang dengan 7 orang laki-laki dan 3 orang perempuan menghasilkan sebuah temuan Duren mereka kalah bersaing dengan Duren dari kota lainya karena kualitasnya yang masih kalah dan minimnya promosi keluar karena para petani yang tidak peduli dengan digitalisasi kedua hal tersebut yang membawa dampak kurangnya penjualan hasil panenanya.



Gambar 1. Foto wawancara dengan Petani Duren

Dengan melihat permasalahan di atas kita mencoba untuk membantu Petani Sine dengan menyelidiki perangkat komunikasinya, setelah kita coba salami para petani Cuma menggunakan aplikasi whatsapp dalam ponsel andoridnya mereka tidak menginstal aplikasi media social seperti halnya facebook, Instagram maupun media social lainnya. Selain masalah di atas masalah lainnya adalah minimnya sinyal di daerah pengunungan yang menghambat mereka jika sedang metik di daerah yang tinggi. Setelah kita dampingi selama satu bulan dan petani menginstal market place facebook mengalami peningkatan yang signifikan yang biasanya Cuma bisa menjual satu truck petani menjual 3 truck sampai ke luar kota (*Wawancara dengan Petani Durian, 2025*).

### 3.2. Pendampingan terhadap Petani Teh

Kebun Teh Jamus terletak pada Berlokasi di lereng Gunung Lawu, Kebun Teh Jamus menawarkan pemandangan hijau membentang di atas ketinggian 800 - 1.200 mdpl. Udara di kebun ini pun rasanya tidak pernah sesak karena letaknya di ketinggian. Pertama didirikan di tahun 1886, kebun teh ini merupakan milik pengusaha asal Belanda bernama Van Rappard. Sekarang, kebun ini dikelola PT Candi Loka yang menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar. Produknya pun bermacam-macam, mulai teh hijau hingga teh hitam. Kamu dapat mencicipi langsung dan membeli produk UMKM di Kebun Teh Jamus.

Menariknya, Kebun Teh Jamus sering dijuluki oleh pelancong sebagai Borobudur Hills karena bentuknya yang dilihat dari kejauhan mirip seperti Candi Borobudur. Kebun ini juga dikenal sebagai tempat yang menenangkan, menjadikannya destinasi populer bagi pecinta alam dan pengunjung yang mencari nuansa hijau, melepas penat dari hiruk pikuk kehidupan sehari-hari.



Gambar 2 . Peserta di Kebun Teh

Kebun Teh Jamus terletak di sisi utara lereng Gunung Lawu, tepatnya di Desa Girikerto, Kecamatan Sine, Kabupaten Ngawi, Jawa Timur. Berjarak 45 km dari pusat Kota Ngawi, kebun teh ini dapat diakses dengan kendaraan pribadi. Kebun Teh Jamus sendiri dibuka mulai dari pukul 07.00 pagi hingga 05.00 sore, memberikan pengunjung waktu yang cukup untuk menikmati keindahan alam sekitar.

Harga tiket masuk ke Kebun Teh Jamus juga cukup ramah di kantong, yakni Rp15.000,- per orang. Dengan harga tiket yang relatif terjangkau, pengunjung dapat menyaksikan segala kesejukan yang ditawarkan oleh kebun teh ini.

Aktivitas Petani daun sudah dimulai sejak matahari terbit kami pun mulai dengan aktivitas pendampingan terhadap petani sembari melakukan wawancara, ada beberapa pertanyaan yang kami sampaikan kepada petani teh diantaranya apakah ada hambatan dalam hal penjualan hasil daun teh jawabnya ada beberapa hambatan terkait produk jadi Teh yang kurang dikenal oleh masyarakat Ngawi sendiri. Kami pun menawarkan kepada petani Teh untuk ikut memasarkan hasil produk jadi Teh dan petani sangat menerimanya dan senang sekali (*wawancara dengan Petani Teh, 2025*).

Setelah satu bulan kami membantu mempromosikan hasil produk Teh melalui platform Market Place Alhamdulillah sudah ada kenaikan dalam penjualannya. Bahkan daun Teh sudah ada yang mengambil dari merk Teh ternama.

### 3.3. Pendampingan terhadap Petani Beras Mentik

Varietas Beras yang Unggul di Desa Sine adalah beras mentik dengan rasa yang pulen dan bau yang wangi menjadikan jenis beras ini banyak dicari dan minati banyak orang. Beras dengan kualitas tersebut hanya dapat diperoleh dengan beberapa aspek diantaranya letak geografis yang mendukung dan penanganan yang baik. Sine dengan lokasi di bawah lereng Gunung Lawu sangat mendukung untuk tanaman beras mentik dan didukung dengan jenis tanah merah.



Gambar 3. Pendampingan pada Petani Beras

Masyarakat kota Ngawi banyak yang belum mengenal jika di kota Ngawi sendiri mempunyai beras yang bagus, mereka lebih mengenal beras mentik dari kota Delanggu Klaten. Oleh karena itu kami rombongan dari STIT Muhammadiyah Ngawi mencoba melakukan observasi dan wawancara terkait petani beras Mentik maka didapatknlah hasil wawancara diantaranya petani mengeluhkan penyerahan hasil panen yang susah dijual dan harganya yang rendah dan kami pun menawarkan solusi tersebut dengan membantu mengiklankan gabah Mentik di platform *market place* dan hasilnya setelah satu bulan kita mencoba mengupload hasil pertanian tersebut luar biasa antusia khalayak umum bahkan dari kota delanggu ngambil gabah di Desa Sine (*wawancara dengan Petani Beras Mentik, n.d.*).

*Digital marketing* dapat meningkatkan penjualan komoditas beras Mentik melalui beberapa cara yang pertama memperluas jangkauan pasar *digital marketing* memungkinkan produk dikenal oleh konsumen di luar wilayah lokal, bahkan hingga nasional atau internasional, sehingga potensi pasar menjadi jauh lebih besar

Kedua, peningkatan visibilitas produk melalui media sosial, website, dan platform *market place*, produk komoditas dapat dipromosikan secara visual dan informatif, menampilkan keunggulan, proses produksi, dan kualitas, sehingga menarik minat konsumen. Ketiga, interaksi langsung dengan konsumen *digital marketing* memfasilitasi komunikasi dua arah antara penjual dan pembeli, memungkinkan respon cepat terhadap pertanyaan, keluhan, dan permintaan, yang meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Efisiensi biaya pemasaran Dibandingkan metode pemasaran tradisional, digitalmarketing cenderung lebih murah dan terukur, sehingga pelaku usaha dapat mengalokasikan anggaran secara optimal untuk promosi yang tepat sasaran.

#### 4. KESIMPULAN

Pendampingan penggunaan *digital marketing* sebagai upaya dalam meningkatkan hasil penjualan komoditas teh, durian, dan beras mentik di Desa Sine Kabupaten Ngawi telah menunjukkan hasil yang positif. Petani dan pedagang telah meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan platform digital marketing untuk memasarkan produk-produk mereka, sehingga meningkatkan hasil penjualan mereka.

Penggunaan digital marketing telah membantu petani dan pedagang dalam meningkatkan kesadaran dan kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Strategi digital marketing yang efektif telah diidentifikasi dan dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan hasil penjualan komoditas lainnya.

Dengan demikian, pendampingan penggunaan *digital marketing* dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan pedagang di Desa Sine Kabupaten Ngawi.

Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kemampuan petani dan pedagang dalam menggunakan digital marketing secara berkelanjutan.

Sejumlah inisiatif, seperti sosialisasi, pelatihan, dan dukungan langsung, telah dilaksanakan dalam upaya untuk memaksimalkan pemasaran hasil petani di Sine melalui penggunaan pemasaran Market Place. Tujuan dari latihan ini adalah untuk memberikan pemahaman menyeluruh kepada peserta tentang pentingnya pemasaran digital dalam konteks perusahaan kontemporer. Sangat penting bagi UKM untuk menggunakan teknologi dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka di dunia yang semakin terhubung ini di mana informasi dapat diakses secara instan.

Dengan berbagai solusi, staf layanan mampu menyelesaikan sejumlah masalah dan kesulitan yang sedang berlangsung. Masalah pemasaran internet merupakan salah satu kendala utama. Iklan di Shopee, yang berupaya untuk mengekspos bisnis kepada calon pelanggan, dapat mengatasi hal ini. Jumlah klik produk jelas meningkat drastis sebagai hasil dari iklan.

Hasil kegiatan menunjukkan bagaimana Petani Desa Sine dapat meningkatkan kapasitasnya untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar dengan mengembangkan pemahaman yang lebih dalam tentang pemasaran digital. Misalnya, penjualan sejumlah Komoditas Teh, Durian dan Beras Mentik meningkat secara signifikan setelah penerapan rencana pemasaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa UKM dapat bersaing dengan barang dari perusahaan yang lebih besar dan mapan jika mereka memiliki pengetahuan yang tepat dan menerapkannya.

Disarankan agar Petani Desa Sine dengan komoditas Teh, Durian dan beras mentik melanjutkan kampanye iklan dan inisiatif lain yang telah dilakukan. Selain itu, menciptakan barang baru melalui inovasi merupakan elemen penting dalam mempertahankan daya saing. Penilaian tingkat

## DAFTAR PUSTAKA

- Arief, S. (2021). *Model Sistem Bagi Hasil Pada Sektor Pertanian Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Unida Gontor Press
- Arini, A., Budiman, A. Z., Maulana, R. A., Siagian, E., Putri, A. M., Ramadani, U. F., S., O., Rizky, M., Franciscus, P., Kaisah, N., P, P. F. F., Juniyanti, I., Lina, N., Simamora, F., & B., Manalu, E., & S. (2024). Pelatihan Digital Marketing Pada Media Sosial Dan Marketplace Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *COMSEP. : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 178.
- Barwise, P., & Meehan, S. (2010). (2010). *Winning and keeping customers by delivering what matters most*. Harvard Business Review Press. London.
- Carthy, C. P. M. (2008). *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson. *E Jurnal*.
- Hutter, K. (2020) *Sustainability and social media: A study of the impact of social media on sustainability*. *Journal of Business Research*.
- Kaur. (2018). *Impact of digital marketing on consumer behavior*. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2016). *Creating enduring customer value*. *Journal of Marketing*, 80(6),
- Muljono, (2018). *Digital Marketing Concept*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation*. Kogan Page.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson.
- Susanto, G. (2017). *The Power of Digital Marketing*. Gramedia.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing*. SAGE Publications.
- Zahay, D., & Peltier, J. W. (2016). (2016). *Marketing in the digital age: The role of digital marketing in the marketing mix*. *Journal of Marketing*.