

PEMANFAATAN INSTAGRAM DI DALAM MENGELOLA BISNIS ONLINE BAGI UMKM

Diana Novita¹, Nafisah Yuliani²

¹Universitas Esa Unggul, Jakarta

²Universitas Persada Indonesia

¹Jalan Arjuna Utara No 9 Kebon Jeruk Jakarta 11510

diana.novita@esaunggul.ac.id

Abstract

The emergence of many UMKMs in Indonesia has more or less helped government programs in poverty alleviation. The number of cottage industries that have recently sprung up, of course, has their respective advantages and disadvantages. The activities of UMKMs that are now emerging are mostly done by housewives in helping the family economy. The weakness that often arises today is how to run a business or a business that does not spend much money as initial capital. One of the solutions that can be offered is the UMKM business which is run through online media. Online media is one of the media that can be said to be effective in minimizing the use of large funds at the beginning of the business. In addition to the use of online media, UMKM players must also have the ability to process and manage their products. And if you start paying attention to recent phenomena, especially when the COVID-19 pandemic has hit Indonesia, of course there are many things you can do at home. In addition to fulfilling government recommendations, to stay at home, these UMKM players also need online coaching and training to improve their soft skills in processing and managing products and also learning about online media that is effective in marketing these products. Of the many existing online media, the use of Instagram is mostly chosen by UMKM players. Besides being easy to use Instagram, Instagram also includes online media that is quite interesting to place beautiful product photos.

Keywords : *online media, Instagram, UMKM*

Abstrak

Munculnya banyak UMKM di Indonesia sedikit banyak telah membantu program pemerintah didalam mengentaskan kemiskinan. Banyaknya industri rumahan yang belakangan ini banyak bermunculan, tentunya memiliki kelebihan dan kekurangannya masing – masing. Geliat UMKM yang kini bermunculan, kebanyakan dilakukan oleh para ibu rumah tangga didalam membantu perekonomian keluarga. Kekurangan yang kerap timbul saat ini adalah bagaimana menjalankan suatu usaha atau bisnis yang tidak banyak mengeluarkan uang sebagai modal awalnya. Solusi salah satunya yang bisa ditawarkan adalah bisnis UMKM yang dijalankan melalui media online. Media online adalah salah satu media yang bisa dibilang ampuh didalam meminimalisir penggunaan dana besar diawal usaha. Selain pemanfaatan media online tersebut, pelaku UMKM juga harus memiliki kemampuan didalam mengolah dan mengelola produk – produknya. Dan jika mulai memperhatikan fenomena belakangan ini, terutama fenomena disaat pandemi COVID-19 melanda Indonesia, tentu banyak hal yang bisa dilakukan didalam rumah. Selain memenuhi anjuran pemerintah, untuk tetap stay dirumah, para pelaku UMKM ini juga membutuhkan pembinaan dan pelatihan secara online untuk meningkatkan softskills mereka didalam mengolah

dan mengelola produk dan juga pembelajaran tentang media online yang efektif didalam memasarkan produknya tersebut. Dari sekian banyak media online yang ada, pemanfaatan instagram yang lebih banyak dipilih oleh para pelaku UMKM. Selain mudah didalam menggunakan instagram, instagram juga termasuk media online yang cukup menarik minat untuk menempatkan foto – foto produk yang cantik.

Kata kunci : media online, instagram, UMKM.

Pendahuluan

Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu, kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan untuk melakukan penguatan kelompok UMKM yang melibatkan banyak kelompok. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki beberapa point aturan yang berkaitan erat dengan implementasi Keuangan Berkelanjutan di Indonesia. beberapa point aturan tersebut terdiri atas pasal-pasal berikut ini:

Bab II Asas dan Tujuan Pasal mengatur bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Berasaskan berwawasan Lingkungan. Yang dimaksud dengan "asas berwawasan lingkungan" adalah asas pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang dilakukan dengan tetap memperhatikan dan mengutamakan perlindungan dan pemeliharaan lingkungan hidup.

1. Bab VI Pasal 20 mengatur bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dengan cara memberikan insentif bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengembangkan teknologi dan kelestarian lingkungan hidup.
2. Bab VII Pembiayaan dan Penjaminan Pasal 22 menjelaskan bahwa dalam

rangka meningkatkan sumber pembiayaan Usaha Mikro dan Usaha Kecil, Pemerintah melakukan upaya: Pengembangan sumber pembiayaan dari kredit perbankan dan lembaga keuangan bukan bank; Pengembangan lembaga modal ventura; Pelembagaan terhadap transaksi anjak piutang;

Pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) masa kini harus bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Pemasaran tak bisa lagi hanya mengandalkan toko konvensional, tapi harus merambah ke arah online. Ini karena perkembangan teknologi turut merubah gaya hidup masyarakat jadi lebih suka belanja lewat toko online, ketimbang mengunjungi langsung toko fisik. Praktis menjadi alasan toko online kian jadi primadona. Nah untuk sukses merambah bisnis secara online, para pelaku UKM perlu memperhatikan beberapa hal. Pertama kenali jenis produk yang dijual dan target pemasarannya. Setelah itu, dapat memutuskan akan fokus menggunakan jenis platform apa untuk memasarkan produk. Bisa lewat media sosial (medsos), e-commerce, website, atau aplikasi buatan sendiri. Umumnya bisa memulai dengan memasarkan lewat medsos atau e-commerce jika memiliki budget yang terbatas.

Media sosial adalah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Saat ini terdapat berbagai macam media sosial untuk bisnis. Beberapa contoh media sosial untuk bisnis diantaranya Facebook, Youtube, Blog, Instagram,

Twitter, Snapchat, LINE, dan Pinterest. Mungkin beberapa dari Anda sudah memanfaatkan media sosial untuk bisnis yang sedang Anda geluti. Kehadiran media sosial ini penting untuk meningkatkan pengunjung ke website bisnis online Anda. Di mana website Anda berfungsi sebagai media bisnis online dan media sosial berfungsi sebagai marketing channel atau kanal marketing. Sederhananya, media sosial adalah jembatan yang mengarahkan orang-orang untuk mengunjungi website toko online yang Anda jalankan. Adalah hal wajib bagi pemilik bisnis online untuk memanfaatkan media sosial sebagai kanal marketing. Mengingat masyarakat Indonesia memang merupakan masyarakat yang aktif di jejaring sosial.

Menurut data yang dirilis We Are Social, penggunaannya di Indonesia mencapai 130 juta orang dan waktu yang dihabiskan di jejaring sosial per harinya adalah 3 jam 23 menit. Tentunya Anda tidak mau melewatkan kesempatan besar untuk mendapatkan konsumen melalui jejaring sosial yang potensial. Dengan begitu besarnya potensi memasarkan bisnis online melalui jejaring sosial, Anda tidak dapat serta merta terjun begitu saja menggarap kanal marketing yang luas tersebut. Diperlukan strategi komunikasi yang matang agar pasar di jejaring sosial ini tergarap dengan efektif dan efisien.

Berdasarkan penjelasan diatas, kami menyimpulkan bahwasan permasalahan yang dihadapi oleh para UMKM dalam menjalankan bisnisnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana memulai bisnis online ?
2. Platform apakah yang pas untuk digunakan sebagai media pemasaran produknya ?
3. Bagaimana mengelola akun bisnis yang sudah dimiliki di instagram ?
4. Bagaimanakah meningkatkan trafik pengunjung untuk meningkatkan omset ??

Bisnis itu bukan perkara mudah lho ...

Butuh banyak banget tenaga, pikiran hingga biaya! Bahkan, untuk mulai bisnis online aja, Anda perlu banyak pertimbangan. Anda harus siap-siap untuk mengerahkan semua tenaga untuk menemukan konsep bisnis yang jelas ...karena faktanya, bisnis Anda nggak akan bisa berjalan kalau nggak ada konsep. Nah, untuk mencari konsep itu, Anda pasti butuh banyak banget waktu dan biaya. Anda butuh belajar yang tentunya menyita waktu, bahkan punya konsultan khusus bisnis itu juga suatu kewajiban lho. Jelas dong buat beli buku materi bisnis online yang berkualitas dan menyewa konsultan itu butuh uang yang nggak sedikit. Tapi parahnya, banyak banget pelaku bisnis online yang nggak kuat dengan perjalanan bisnis ...dan akhirnya berhenti di tengah jalan. Padahal, mereka udah mengorbankan hidup untuk memulai sekaligus mengembangkan bisnis itu lho. Artinya, Anda nggak cuman bergantung pada pengetahuan teknis tentang bisnis aja ...tapi yang lebih penting dari itu adalah Anda harus punya pegangan dan pandangan agar nggak sampai menyerah karena tantangan bisnis online.

Ini berlaku untuk semua bisnis di semua media, termasuk Instagram. Jadi, untuk memulai bisnis online di Instagram, Anda harus bisa menemukan dan mencontoh pola kesuksesan yang udah terbukti berhasil ...dan diterapkan oleh pebisnis di seluruh dunia. Pola kesuksesan itulah yang disebut dengan mindset bisnis online.

Ini dia elemen mindset bisnis online yang sukses di Instagram:

Dalam bisnis, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk memberikan "mental bisnis" untuk Anda. Tidak berat koq, hanya Anda perlu praktek untuk mengetahui bagaimana hasilnya.

- a. Belajar dari kesalahan b. Say No. to giving up
- b. Jadilah sosok yang kreatif d.

Lakukan hingga tuntas

Sukses bisnis online perlu perjuangan yang lebih dari sekedar usaha...faktanya, untuk memulai bisnis online saja, Anda harus menghabiskan banyak waktu, tenaga, pikiran, dan uang. Agar semua berjalan seperti yang Anda mau, Anda butuh alasan yang kuat untuk memulai bisnis online di Instagram. Bukan berarti kalau udah bisa praktek mindset bisnis online di Instagram ini, tugas Anda udah selesai. Ini hanya langkah awal untuk sukses bisnis online. Anda harus melakukan langkah selanjutnya, yaitu menggali lebih dalam keyakinan untuk membangun bisnis online di Instagram. Caranya? Anda harus tau perkembangan Instagram saat ini sehingga Anda ngerti alasan prospek dan pentingnya bisnis online di Instagram...pastinya, Anda butuh statistik dan survey sehingga data Anda benar-benar valid.

Instagram

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, mengedit dan mem-posting foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi *follower* Anda. Sistem pertemanan di Instagram menggunakan

istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti Anda mengikuti pengguna, sedangkan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti Anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan. Instagram awalnya dikembangkan oleh *startup* bernama Burbn, Inc yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Di tangan keduanya Instagram sukses membuat raksasa jejaring

sosial Facebook bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga \$1 miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012.

Fitur – Fitur Instagram Kamera

Instagram mempunyai sejumlah fitur-fitur unggulan yang membuatnya digemari oleh jutaan pengguna. Yang pertama adalah fitur kamera, dimana lewat Instagram pengguna tidak hanya bisa mengunggah foto dari galeri. Tetapi dapat juga langsung membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi *caption* baru membagikannya.

Editor

Kedua, Instagram punya *tool editor* yang menjadi tempat bagi para pengguna untuk memoles foto yang di jepret lewat kamera perangkatnya. Di sini akan dijumpai 10 *tooleditor* tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan, kontras dan saturasi semudah menggerakkan jemari tangan. Di *update* terbaru Instagram tidak lagi mengharuskan foto berwujud kotak, tapi sudah mendukung pilihan portrait dan juga landscape. Memberikan keleluasaan kepada pengguna saat ingin membagikan foto dengan sudut tangkapan lensa yang lebih lebar.

Tag dan Hashtag

Sebagaimana jejaring sosial pada umumnya, Instagram juga punya fitur *tag* dan *hashtag* yang fungsinya untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label. Salah satu fakta menarik adalah, dua dari tiga kunjungan profil Instagram Bisnis berasal dari non-followers. Mereka memanfaatkan tagar atau hashtag untuk mencari produk atau jasa yang diincarnya. Tagar bermanfaat untuk mencari calon pelanggan dan inspirasi produk atau berkolaborasi dengan kreator lain. Pelaku bisnis sebisa mungkin membuat tagar yang unik dan sesuai dengan karakter bisnisnya. Kendati efektif,

untuk membuat satu tagar saja yang unik dan mudah diingat. "Ada bisnis yang sukses ketika mereka menggunakan tagar untuk edukasi.". Kecenderungan pebisnis di Instagram justru menyematkan banyak tagar seperti menebar jaring, dengan harapan bisa menggaet pasar lebih luas. "Jadi fokus gunakan satu tagar. Kadang orang menggunakan tagar untuk sekadar iseng saja. Makanya untuk InstaMarket kita hanya menggunakan satu tagar,".

Caption

Caption berfungsi layaknya deskripsi, di sinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan *hashtag*.

Integrasi ke Jejaring Sosial

Seperti yang sudah disinggung, Instagram juga memungkinkan penggunaannya untuk berbagi foto atau video ke jejaring sosial lain seperti Facebook, Twitter, Tumblr dan Flickr. Bila tool ini diaktifkan maka setiap kali foto dibagikan, secara otomatis Instagram juga akan membagikannya ke jejaring sosial yang sudah terhubung.

Insight

Fitur "audience insight" akan memberikan masukan bagi pengguna Instagram bisnis untuk menganalisis siapa saja yang masuk ke profil bisnisnya. Seperti informasi demografi, usia, serta minat konsumen terhadap bisnisnya. Ini akan membantu para pelaku UKM untuk mengetahui preferensi konsumen. "Konsumen bisnis saya ini ternyata banyak digandrungi oleh orang yang usianya 18-23 tahun, tinggalnya di Jabodetabek," jelas Ferdy memberikan contoh. Data tersebut bisa menjadi patokan para pelaku bisnis untuk membuat konten yang disesuaikan dengan target pasar mereka.

Auto Reply

Menurut Ferdy, tipe konsumen Indonesia memiliki ciri khas yang unik dalam komunikasi yang disebut "social-commerce". Konsumen sangat mengandrungi chatting dengan menanyakan berbagai macam informasi, termasuk yang telah tertera. Dari survey Instagram dan IPSOS, 82 persen responden dari UMKM mengaku menerima pesan langsung (DM) dari pelanggannya setiap hari. Untuk tetap bisa mengontrol komunikasi dengan pelanggan, Instagram bisnis memiliki fitur "auto-reply" atau balasan cepat. Fungsi fitur ini mirip dengan frequently ask question (FAQ). Pengguna bisa menemukannya di menu "Setting" > "Pengaturan Bisnis" > "Balasan Cepat". Kemudian, tulis balasan yang bersifat baku untuk mempecepat respons ke konsumen. Setelah tersemat, pengguna bisa memilih ikon pesan yang berjajar dengan ikon GIF, foto, dan hati.

Filter Inbox

Fitur ini bisa memudahkan pengguna untuk menyaring pesan yang masuk. Pengguna bisa menandai beberapa pesan masuk untuk menentukan mana yang harus ditinjau ulang dan mana yang sekadar lewat melihat-lihat. Filter juga bisa menyaring pesan mana saja yang belum sempat dibaca untuk menjaga "engagement" antara pebisnis dan pelanggannya.

Stories

Fitur satu ini bisa menjadi alat promosi cukup menarik. Menurut Instagram, setiap harinya ada 400 juta Instagram Stories yang bersliweran. Indonesia disebut menjadi negara dengan jumlah kreator Instagram Stories terbanyak di dunia. Secara global, 52 persen pengguna Instagram mengaku lebih tertarik terhadap sebuah brand atau bisnis setelah melihat konten di Stories. Pelaku UMKM bisa membuat konten berformat vertikal

sem menarik mungkin dan memanfaatkan data yang telah dianalisis melalui fitur Insight. Kreator bisa memanfaatkan beragam fitur interaktif seperti Poll Stickers dan Ask Me Questions untuk membangun percakapan dengan pelanggan.

Siaran Langsung (Live)

Selain Instagram Stories, fitur siaran langsung (live) juga menarik perhatian calon pembeli. Instagram mengklaim bisnis yang melakukan siaran langsung mendapat "like" 1,5 kali lebih banyak dibanding akun yang belum pernah melakukan Live sama sekali. Konten siaran langsung bisa beragam. Menurut Mike Bronfin, Product Marketing Manager, Instagram Business Platform, cerita di balik layar cukup banyak menarik perhatian pelanggan. Seperti misalnya cerita di balik pembuatan menu makanan atau batik.

Manfaat Instagram untuk Pemasaran Bisnis Anda

1. Memudahkan konsumen dalam menjangkau bisnis Anda
Kemudahan dalam hal akses membuat Instagram dan beberapa media sosial yang lain cukup efektif untuk digunakan sebagai ladang pengenalan dan pemasaran produk. Jangkauannya yang cukup luas membuat semua orang dari berbagai penjuru daerah dapat mengakses informasi mengenai produk dan profil bisnis Anda secara mudah.
2. Efektif untuk meningkatkan brand awareness dengan biaya yang terjangkau
Pada beberapa sosial media, Anda dapat memasang iklan di sana. Tentunya ini tidak gratis, namun cukup terjangkau jika dibandingkan dengan iklan *offline* konvensional. Selain itu, Anda juga dapat menentukan kategori pemirsa iklan Anda mulai dari usia, jenis kelamin hingga minat calon konsumen Anda. Yang mana, ini sangat menguntungkan karena semakin spesifik, iklan Anda akan berjalan dengan baik dan tentunya menuju pasar yang tepat.
3. Membantu Anda mengenal pelanggan lebih dekat
Lewat Instagram dan sosial media yang lain, Anda juga dapat menjalin komunikasi yang baik dengan para calon pelanggan maupun yang sudah setia dengan produk Anda. Sering-seringlah mengajak mereka berinteraksi dengan menanyakan inovasi semacam apa yang mereka inginkan dalam bisnis Anda.
4. Meningkatkan statistik pengunjung *website*.
Jika Anda memiliki situs khusus untuk menjual produk, maka sosial media menjadi salah satu tempat yang tepat untuk melakukan promosi dan meningkatkan statistik kunjungan pada *website* Anda. Semakin banyak orang yang berkunjung ke *website* Anda tersebut, tentu semakin besar peluang para calon konsumen membeli produk yang Anda tawarkan. Tentunya sebelum itu Anda harus membuat konten dengan mencantumkan *link* yang mengarah ke *website* Anda pada *caption*-nya.
5. Membantu Anda dalam merespon keluhan pelanggan dengan cepat
Biasanya para *followers* meninggalkan beberapa komentar di akun sosial media bisnis kita. Nah, jangan menganggap remeh komentar yang mereka tulis itu. Sebisa mungkin, responlah setiap komen yang diberikan pengikut Instagram atau sosial media bisnis Anda yang lain. Respon yang cepat juga mempengaruhi psikologis seseorang. Meskipun awalnya mereka hanya bertanya dan tidak

berminat untuk membeli, namun dengan respon yang cepat dan ramah mungkin saja mereka akan berubah pikiran.

6. Memantau pasar dan memahami persaingan
Selanjutnya, Anda juga bisa memantau bagaimana pangsa pasar produk Anda lewat sosial media. Misalnya, ada kompetitor yang juga menjual produk yang sama. Tentu Anda bisa menganalisa informasi dari kompetitor kemudian dijadikan bahan evaluasi dalam mengembangkan strategi pemasaran Anda agar lebih efektif dan satu langkah di depan kompetitor.

Demikianlah manfaat Instagram dalam pemasaran bisnis Anda. Memanfaatkan Instagram ataupun sosial media yang lain dengan baik akan membantu Anda dalam meningkatkan angka penjualan secara signifikan. Namun, sebelum itu Anda harus memikirkan strategi yang baik dalam melakukan pemasaran lewat berbagai media daring tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, masih banyak ditemui bahwa pengguna Instagram belum banyak yang memanfaatkan Instagram sebagai platform bisnis, mereka masih memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk sosialisasi saja. Hal ini bisa saja terjadi, mereka takut untuk memulai bisnis melalui media social atau bisa saja karena belum memahami bagaimana memanfaatkan platform Instagram secara maksimal sehingga mereka hanya menggunakannya sebatas media untuk sosialisasi. Maraknya kejahatan melalui media social belakangan ini pun turut memicu minimnya pemanfaatan platform Instagram untuk bisnis. Memang untuk memulia suatu usaha yang dilakukan atau dijalankan secara online butuh mental dan kesiapan yang cukup banyak agar took atau bisnisnya bisa berjalan sesuai dengan yang diharapkannya. Misalnya, butuh skill untuk

menampilkan foto yang baik, penataan layout beranda Instagram pun turut mempengaruhi penjualan. Sehingga mereka merasa tidak mampu untuk mengubah Instagram sebagai media untuk bisnis mereka.

Apalagi jika kita berbicara mengenai UMKM. Kelompok – kelompok UMKM ini masih sangat butuh pembinaan baik itu dari pemerintah maupun dari Lembaga-Lembaga Pendidikan independent lainnya. UMKM merupakan tonggak perekonomian dan roda perekonomian bagi Indonesia. Oleh karena itulah kita harus bahu membahu untuk memberikan pelatihan ataupun pembinaan kepada mereka, agar mereka mampu untuk berdiri diatas kakinya sendiri. Selain itu, kebuthan akan pemodal juga mempengaruhi keberlangsungan hidup mereka. Susahnya ijin mendapatkan dana modal, tentunya akan sulit juga bagi mereka untuk bertahan.

Jadi jika dapat saya simpulkan, bahwasannya, usaha untuk UMKM agar mampu berdiri diatas kakinya sendiri adalah tanggung jawab kita Bersama sebagai kalangan akademisi dalam memberikan pembinaan dan pelatihan soft skills bagi mereka. Dan juga pemerintah. Dalam hal penyediaan kredit lunak untuk para UMKM ini. Tanpa kedua hal tersebut, akan lah sulit bagi para UMKM untuk berkembang.

Daftar Pustaka

- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Be creative, my friend! Engaging users on Instagram by promoting positive emotions. *Journal of Business Research*.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.014>
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Terhadap Pendapatan Nasional
Pada Sektor UMKM di Indonesia.
Jurnal Ekonomi Pembangunan,
8(2).
<https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.4>
5

Jefferly Helianthusonfri. (2020). *Instagram Marketing untuk Pemula*.

Latief Setiawan. (2020a). *Instagram Marketing Hack, Cara Meningkatkan Penjualan melalui Instagram*.

Latief Setiawan. (2020b). *Instagram Roadmap*.

Matthew Sugiarto. (2020). *Instagram Marketing Jualan Online*.

Setiawati, I. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, 20.

van Driel, L., & Dumitrica, D. (2020). Selling brands while staying “Authentic”: The professionalization of Instagram influencers. *Convergence*.
<https://doi.org/10.1177/1354856520902136>