

## **Penerapan SOSTAC Model Untuk Perencanaan Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Keripik Khas Lampung**

Ratna Fitriani  
Informatika

\*) Email : ratnafitriani32@gamil.com

### **Abstrak**

Keripik khas Lampung merupakan usaha kecil menengah yang bergerak dibidang olahan pangan, salah satunya olahan pangan yang terbuat dari umbi-umbian dan pisang yang dijadikan sebagai makanan ringan yang dikombinasikan dengan berbagai rasa dan dipasarkan sebagai oleh-oleh atau buah tangan bagi *pelancong* dari daerah maupun luar daerah Lampung. Diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh sebagian besar pedagang hanya melalui mulut ke mulut atau secara langsung sehingga pedagang hanya mengandalkan pemasaran keripik yang dilakukan secara langsung pula, mereka berfikir tidak dapat memanfaatkan atau menggunakan *social media* sebagai media promosi atau pemasaran produk yang sebenarnya sangat berguna untuk memperkenalkan merek (*brand*) mereka ke masyarakat luas, oleh sebab itu perencanaan pemasaran menggunakan SOSTAC model dengan memanfaatkan media sosial ini dibuat dengan tujuan membantu pedagang untuk memasarkan dan melakukan promosi poduk (memperkenalkan merek) agar dikenal oleh masyarakat luas dengan tahapan-tahapan yang terarah. Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui halaman facebook keripik khas Lampung selama 3 hari masih belum menunjukkan adanya pengaruh atau peningkatan dalam pemasaran keripik khas Lampung, meskipun penerapan SOSTAC model untuk perencanaan pemasaaan dapat dijadikan sebagai media untuk melakukan promosi atau pengenalan *brand* untuk mengembangkan usaha keripik khas Lampung.

**Kata Kunci:** SOSTAC, Media Sosial, UKM, Keripik Lampung, *Facebook*.

---

### **PENDAHULUAN**

Keripik khas Lampung merupakan usaha kecil menengah yang bergerak dibidang olahan pangan, salah satunya olahan pangan yang terbuat dari umbi-umbian dan pisang yang dijadikan sebagai makanan ringan yang dikombinasikan dengan berbagai rasa dan dipasarkan sebagai oleh-oleh atau buah tangan bagi *pelancong* dari daerah maupun luar daerah Lampung (Bertarina & Arianto, 2021),(Agustina & Bertarina, 2022), (Yuninda, 2020). Usaha kripik khas Lampung ini merupakan usaha mikro yang di dirikan perorangan. Jenis keripik yang diproduksi merupakan hasil olahan bahan yang dikirim oleh distributor seperti singkong, pisang, talas, nangka dan lain sebagainya (Kustinah & Indriawati, 2017),(Sukawirasa et al., 2008),(Hafidz, 2021). Jumlah keripik yang diproduksi bergantung dengan banyaknya bahan baku yang dikirim oleh distributor di setiap harinya,

namun biasanya dikirim sesuai ketentuan yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak (Sanjaya et al., 2014),(Songati, 2018),(Hasan, 2018).

Media sosial merupakan salah satu perkembangan teknologi yang saat ini banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Menurut hasil riset nasional Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penggunaan media sosial di Indonesia tahun 2014 mencapai 88,1 juta jiwa dari total jumlah penduduk Indonesia yang tercatat sekitar 252,4 juta jiwa berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2014 (Dharma et al., 2020),(V. A. D. Safitri & Anggara, 2019),(V. A. Safitri et al., 2020).

Pemanfaatan media sosial sebagai peluang bisnis dirasa akan menguntungkan dan berpotensi, karena dengan menggunakan media sosial untuk promosi dan pemasaran dapat membantu mengaktifkan usaha kecil yang ingin melanjutkan jangkauan ke pelanggan yang lebih luas, dapat mengidentifikasi pelanggan yang potensial dan untuk menjalin hubungan dengan pelanggan setia, dengan begitu perencanaan pemasaran (*marketing plan*) dibutuhkan untuk membangun strategi untuk mengembangkan pemasaran melalui internet khususnya media sosial guna meningkatkan penjualan keripik secara meluas (Kurniawan, 2020),(Mathar et al., 2021),(Damayanti et al., 2021), (An'ars, 2022).

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Definisi Media Sosial**

Media sosial merupakan sebuah wadah yang diperuntukkan bagi masyarakat untuk melakukan interaksi dengan orang lain. Media sosial adalah wadah berekspresi sekaligus wadah untuk mengembangkan kepribadian (Anars et al., 2018),(Hendrastuty, 2021),(Styawati et al., 2021). Melalui media sosial, seseorang bisa belajar sopan santun, adab berkomunikasi, bertukar pikiran, ajang mencurahkan kegelisahan,dan lain-lain. Media sosial bahkan bisa dijadikan media untuk berdagang atau mencari pekerjaan (Supriadi & Oswari, 2020),(Putri et al., 2021),(Rossi et al., 2021). Teknologi-teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarluaskan konten mereka sendiri. Post di *blog*, *tweet*, atau video di *YouTube* dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis (Susanto et al., 2021),(Pramita et al., n.d.),(an Environmenta, n.d.). Pemasang iklan tidak harus membayar banyak uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklannya. Sekarang pemasang iklan dapat membuat

konten sendiri yang menarik dan dilihat banyak orang (Celarier, n.d.),(Cindiyasari, 2017),(CS, 2019).

### **Definisi Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang digunakan individu, rumah tangga ataupun organisasi untuk memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain (Aditomo Mahardika Putra, 2021),(Savestra et al., 2021). Pemasaran (*marketing*) adalah suatu aktivitas yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari produsen (Saputra, 2020b),(Suwarni et al., 2022),(Handayani et al., 2022).

### ***E-Marketing***

Istilah 'pemasaran Internet' cenderung merujuk pada perspektif eksternal bagaimana Internet dapat digunakan bersama dengan media tradisional untuk memperoleh dan memberikan layanan kepada pelanggan. *E-marketing* dianggap memiliki lingkup yang lebih luas karena mengacu pada penggunaan teknologi untuk mencapai tujuan pemasaran dan memiliki perspektif eksternal dan internal (PUSPITASARI, n.d.),(PRASETYAWAN, n.d.),(BRONDONG, n.d.),(NASIONAL, n.d.).

### **Definisi SOSTAC**

SOSTAC merupakan singkatan dari *Situation analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Actions* dan *Control*. SOSTAC merupakan suatu kerangka kerja perencanaan yang cocok untuk *e-marketing* dan dapat digunakan untuk mengembangkan semua jenis rencana, termasuk e-rencana pemasaran (Saputra, 2020a), (Heaverly & EWK, 2020),(Isnain et al., 2021),(V. A. Safitri et al., 2019).

### **Analisis SWOT**

SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan Eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*) dan Kelemahan (*weaknesses*). Salah satu pendekatan yang dapat dipergunakan sebagai instrumen dalam pemilihan strategi

dasar adalah melalui analisis SWOT (AS & Baihaqi, 2020),(Akbar, 2019),(Bonar Siregar, 2021),(Budiman & Sidiq, n.d.).

## **METODE**

### **Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dan wawancara. Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan tentang pemasaran keripik kepada pedagang yang ada pada usaha keripik khas Lampung.

### **Metode Analisis**

Metode yang digunakan adalah metode analisis *SOSTAC*. *SOSTAC* merupakan kerangka kerja perencanaan yang cocok untuk *e-marketing* dan dapat digunakan untuk mengembangkan semua jenis rencana, termasuk e-rencana pemasaran(Amin, 2020),(SETIYANTO, 2016),(Marlyna, 2017). Rencana pemasaran dibutuhkan untuk menentukan tujuan *e-marketing* tertentu dan untuk mengembangkan strategi serta memanfaatkan peluang pemasaran yang disediakan oleh internet (Pinem, 2018),(Endang Woro Kasih, 2018),(Mata, 2022).

### **Tempat Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti memilih usaha keripik khas Lampung yang terdapat di Jl. Pagar Alam Segala Mider/Gunter, Tanjung Karang Barat, Bandar Lampung atau lebih dikenal dengan gang PU sebagai objek yang akan diteliti. Terdapat kurang lebih 40 gerai (termasuk cabang) penjual oleh-oleh keripik khas Lampung di gang PU tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Implementasi Sosial Media *Facebook***

Perencanaan pemasaran yang dilakukan oleh UKM keripik khas Lampung menggunakan *SOSTAC* model dengan memanfaatkan halaman *facebook* dapat dilihat pada gambar berikut:

1. Halaman Profil



Gambar 1. Profil keripik lampung

## 2. Tahapan *Sell*



Gambar 2. Tahapan *sell*

Rasa keripik yang khas merupakan tahapan *sell* dimana dengan membuat inovasi rasa yang unik dan menarik dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

## 3. Tampilan serve



Gambar 3. Tampilan Serve

#### 4. Promosi



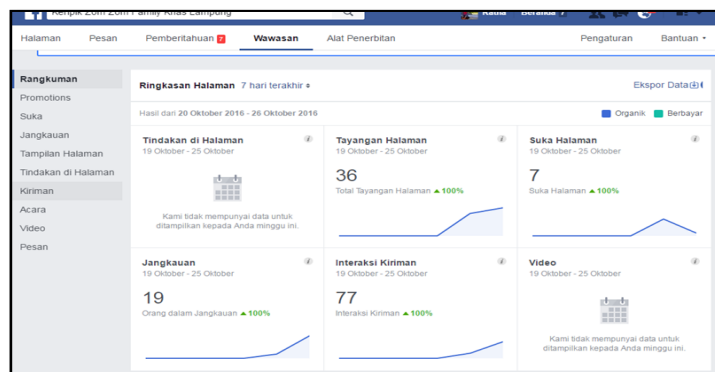
Gambar 4. Tampilan promosi

#### 5. Tampilan control



Gambar 5. Control pada facebook

#### 6. Hasil grafik



Gambar 6. Grafik penjualan

### Hasil Penerapan SOSTAC Model

Hasil dari penelitian pada halaman *facebook* UKM keripik khas Lampung menunjukkan bahwa pemasaran melalui media sosial dengan menggunakan pendekatan SOSTAC model

dapat menjadikan keripik khas Lampung memiliki perencanaan pemasaran yang terarah dan dapat memfasilitasi komunikasi antara usaha kecil (UKM) dan pelanggan sehingga dapat menciptakan pengenalan dan memperluas kesadaran merek, namun dalam penelitian di halaman *facebook* tersebut belum menunjukkan adanya peningkatan penjualan keripik khas Lampung sehingga belum dapat menunjukkan hasil perbandingan sebelum dan sesudah menggunakan sosial media sebagai pemasaran produk.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa penerapan SOSTAC model untuk perencanaan pemasaran pada usaha kecil menengah (UKM) dengan menggunakan media sosial *facebook* pada keripik khas Lampung dapat dijadikan sebagai media untuk melakukan promosi atau pengenalan *brand* untuk mengembangkan usaha keripik khas Lampung, namun dalam penelitian yang dilakukan melalui halaman *facebook* keripik khas Lampung selama 3 hari masih belum menunjukkan adanya pengaruh atau peningkatan dalam pemasaran keripik khas Lampung.

### **Saran**

Penerapan SOSTAC model dapat dimanfaatkan untuk menentukan perencanaan pemasaran yang terarah guna mengembangkan usaha, oleh sebab itu diharapkan untuk penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penerapan SOSTAC model tidak hanya melalui sosial media *facebook*.

## **REFERENSI**

- Aditomo Mahardika Putra, R. (2021). Underground Support System Determination: A Literature Review. *International Journal of Research Publications*, 83(1), 55–68. <https://doi.org/10.47119/ijrp100831820212185>
- Agustina, A., & Bertarina, B. (2022). ANALISIS KARAKTERISTIK ALIRAN SUNGAI PADA SUNGAI CIMADUR, PROVINSI BANTEN DENGAN MENGGUNAKAN HEC-RAS. *JICE (Journal of Infrastructural in Civil Engineering)*, 3(01), 31–41.
- Akbar, A. A. (2019). *Analisa Aplikasi OVO Menggunakan Model Delone & McLean Di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Amin, R. (2020). *IMPLEMENTASI RESTFULL API MENGGUNAKAN ARSITEKTUR MICROSERVICE UNTUK MANAJEMEN TUGAS KULIAH (STUDI KASUS: MAHASISWA STMIK AKAKOM)*. STMIK AKAKOM Yogyakarta.
- An'ars, M. G. (2022). Sistem Informasi Manajemen Berbasis Key Performance Indicator (KPI) dalam Mengukur Kinerja Guru. *Jurnal Data Mining Dan Sistem Informasi*, 3(1), 8–18.
- an Environmenta, C. E. (n.d.). *Pr idin*.

- Anars, M. G., Munaris, M., & Nazaruddin, K. (2018). Kritik Sosial dalam Kumcer Yang Bertahan dan Binasa Perlahan dan Rancangan Pembelajarannya. *Jurnal Kata (Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya)*, 6(3 Jul).
- AS, N. R., & Baihaqi, I. (2020). Studi Inspeksi Kelayakan Instalasi Dan Instrumen Tenaga Listrik. *SINUSOIDA*, 22(2), 21–33.
- Bertarina, B., & Arianto, W. (2021). ANALISIS KEBUTUHAN RUANG PARKIR (STUDI KASUS: AREA PARKIR ICT UNIVERSITAS TEKNOKRAT INDONESIA). *Jurnal Teknik Sipil*, 2(02), 67–77.
- Bonar Siregar, B. (2021). *Pengembangan Sistem Perencanaan & Bantuan KRS*. Universitas Multimedia Nusantara.
- BRONDONG, L. (n.d.). *IDENTIFIKASI DAN PREVALENSI CACING PADA SALURAN PENCERNAAN IKAN KEMBUNG (Rastrelliger brachysoma) DI PELABUHAN PERIKANAN NUSANTARA*.
- Budiman, F., & Sidiq, M. (n.d.). *RANCANG BANGUN APLIKASI SISTEM INFORMASI APLIKASI DATA PETAMBAK*.
- Celarier, M. (n.d.). *RSS New York Times–Dealbook*.
- Cindiyasari, S. A. (2017). *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Dan Rasio Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2015)*.
- CS, S. A. (2019). *Analisis Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Sektor Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2008-2017)*. Universitas Gadjah Mada.
- Damayanti, D., Yudiantara, R., & An'ars, M. G. (2021). SISTEM PENILAIAN RAPOR PESERTA DIDIK BERBASIS WEB SECARA MULTIUSER. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(4), 447–453.
- Dharma, F., Shabrina, S., Noviana, A., Tahir, M., Hendrastuty, N., & Wahyono, W. (2020). Prediction of Indonesian inflation rate using regression model based on genetic algorithms. *Jurnal Online Informatika*, 5(1), 45–52.
- Endang Woro Kasih, E. (2018). Formulating Western Fiction in Garrett Touch of Texas. *Arab World English Journal For Translation and Literary Studies*, 2(2), 142–155. <https://doi.org/10.24093/awejtls/vol2no2.10>
- Hafidz, D. A. (2021). *Pengembangan Sistem Informasi Edukasi dan Pemasaran Hasil Pertanian di Tulang Bawang*.
- Handayani, M. A., Suwarni, E., Fernando, Y., Fitri, F., Saputra, F. E., & Candra, A. (2022). PENGELOLAAN KEUANGAN BISNIS DAN UMKM DI DESA BALAIREJO. *Suluh Abdi*, 4(1), 1–7.
- Hasan, A. F. (2018). *400 Kebiasaan Keliru dalam Hidup Muslim*. Elex Media Komputindo.
- Heaverly, A., & EWK, E. N. (2020). Jane Austen's View on the Industrial Revolution in *Pride and Prejudice*. *Linguistics and Literature Journal*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.33365/llj.v1i1.216>
- Hendrastuty, N. (2021). Rancang Bangun Aplikasi Monitoring Santri Berbasis Android (Studi Kasus: Pesantren Nurul Ikhwan Maros). *Jurnal Data Mining Dan Sistem Informasi*, 2(2), 21–34.
- Isnain, A. R., Hendrastuty, N., Andraini, L., Studi, P., Informasi, S., Indonesia, U. T., Informatika, P. S., Indonesia, U. T., Studi, P., Komputer, T., Indonesia, U. T., & Lampung, K. B. (2021). *Comparison of Support Vector Machine and Naïve Bayes on Twitter Data Sentiment Analysis*. 6(1), 56–60.
- Kurniawan, A. H. (2020). Konsep Altmetrics dalam Mengukur Faktor Dampak Artikel



- Melalui Academic Social Media dan Non-academic Social Media. *UNILIB: Jurnal Perpustakaan*, 11(1), 43–49.
- Kustinah, S., & Indriawati, W. (2017). Pengaruh Perputaran Persediaan dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas Pada Unit Usaha Toserba Koperasi PT LEN Bandung. *Journal Study & Accounting Research*, 14(1), 27–35.
- Marlyna, D. (2017). Pengaruh Peran Auditor Intern Terhadap Kinerja Perusahaan Angkutan Sungai, Danau Dan Penyeberangan. *Jurnal Ilmiah GEMA EKONOMI*, 3(2 Agustus), 321–332.
- Mata, K. (2022). Peningkatan pengetahuan pelajar dan mahasiswa dalam kesehatan mata di masa pandemi covid-19 melalui edukasi kesehatan mata. *Kesehatan Mata*, 1, 227–232.
- Mathar, T., Hijrana, H., Haruddin, H., Akbar, A. K., Irawati, I., & Satriani, S. (2021). The Role of UIN Alauddin Makassar Library in Supporting MBKM Program. *Proceedings of the International Conference on Social and Islamic Studies (SIS) 2021*.
- NASIONAL, P. P. (n.d.). *KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN*.
- Pinem, Y. A. (2018). Encouraging healthy literacy: The interconnection between reading toward writing in social media. *Language in the Online and Offline World 6: The Fortitude*, 360–366.
- Pramita, G., Lestari, F., & Bertarina, B. (n.d.). Study on the Performance of Signaled Intersections in the City of Bandar Lampung (Case Study of JL. Sultan Agung-Kimaja Intersection durig Covid-19. *Jurnal Teknik Sipil*, 20(2).
- PRASETYAWAN, D. W. I. G. (n.d.). *LAPORAN INDIVIDU PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL) DI SD NEGERI TLOGOADI PERIODE 10 AGUSTUS–12 SEPTEMBER 2015*.
- PUSPITASARI, R. D. (n.d.). *LAPORAN KEGIATAN PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL) DI SD NEGERI TLOGOADI PERIODE 10 AGUSTUS–12 SEPTEMBER 2015*.
- Putri, N. U., Rossi, F., Jayadi, A., Sembiring, J. P., & Maulana, H. (2021). Analysis of Frequency Stability with SCES's type of Virtual Inertia Control for The IEEE 9 Bus System. *2021 International Conference on Computer Science, Information Technology, and Electrical Engineering (ICOMITEE)*, 191–196.
- Rossi, F., Sembiring, J. P., Jayadi, A., Putri, N. U., & Nugroho, P. (2021). Implementation of Fuzzy Logic in PLC for Three-Story Elevator Control System. *2021 International Conference on Computer Science, Information Technology, and Electrical Engineering (ICOMITEE)*, 179–185.
- Safitri, V. A. D., & Anggara, B. (2019). FACTORS THAT AFFECT THE COMPANY INNOVATION. II. *InTradersUluslararası Ticaret Kongresi Kongre Kitabı The Second InTraders International Conference on International Trade Conference Book*, 230.
- Safitri, V. A., Sari, L., & Gamayuni, R. R. (2019). Research and Development, Environmental Investments, to Eco-Efficiency, and Firm Value. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 22(03), 377–396. <https://doi.org/10.33312/ijar.446>
- Safitri, V. A., Sari, L., & Gamayuni, R. R. (2020). Research and Development (R&D), Environmental Investments, to Eco-Efficiency, and Firm Value. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 22(3).
- Sanjaya, R., Nurweni, A., & Hasan, H. (2014). The Implementation of Asian-parliamentary Debate in Teaching Speaking at Senior High School. *U-JET*, 3(8).
- Saputra, F. E. (2020a). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2018. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(1), 45–50.

- Saputra, F. E. (2020b). *ANALISIS PENGARUH FDR, BOPO, DAN NPF TERHADAP KINERJA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA PERIODE TAHUN JANUARI 2015 S/D JULI 2020*. Universitas Teknokrat Indonesia.
- Savestra, F., Hermuningsih, S., & Wiyono, G. (2021). Peran Struktur Modal Sebagai Moderasi Penguatan Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 6(1), 121–129.
- SETIYANTO, A. (2016). *PENATAAN KELEMBAGAAN PRODUKSI UNTUK PENINGKATAN NILAI TAMBAH STUDI KASUS PADA ASOSIASI PRIMA SEMBADA*. Universitas Gadjah Mada.
- Songati, N. C. (2018). *An assessment of pedagogical strategies of teaching English at ordinary secondary level: a case of Kasulu district in Tanzania*. The University of Dodoma.
- Styawati, S., Hendrastuty, N., & Isnain, A. R. (2021). Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Program Kartu Prakerja Pada Twitter Dengan Metode Support Vector Machine. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 6(3), 150–155.
- Sukawirasa, I. K. A., Udayana, I. G. A., Mahendra, I. M. Y., Saputra, G. D. D., & Mahendra, I. B. M. (2008). Implementasi Data Warehouse Dan Penerapannya Pada PHI-Minimart Dengan Menggunakan Tools Pentaho dan Power BI. *Jurnal Elektronik Ilmu Komputer Udayana P-ISSN, 2301, 5373*.
- Supriadi, A., & Oswari, T. (2020). Analysis of Geographical Information System (GIS) design application in the Fire Department of Depok City. *Technium Soc. Sci. J.*, 8, 1.
- Susanto, T., Setiawan, M. B., Jayadi, A., Rossi, F., Hamdhi, A., & Sembiring, J. P. (2021). Application of Unmanned Aircraft PID Control System for Roll, Pitch and Yaw Stability on Fixed Wings. *2021 International Conference on Computer Science, Information Technology, and Electrical Engineering (ICOMITEE)*, 186–190.
- Suwarni, E., Handayani, M. A., Fernando, Y., Saputra, F. E., & Candra, A. (2022). Penerapan Sistem Pemasaran berbasis E-Commerce pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 187–192.
- Yuninda, P. (2020). *The Use of Macromedia Flash as a Media in Learning Vocabulary at Third Grade of SDN Pademawu Barat IV Pamekasan*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA.