

Dampak menggunakan Platform Pemesanan Online Terhadap Pendapatan dan Keberlanjutan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan

Maya Syahlina

Program Studi Akuntansi, Politeknik Unggul LP3M

Email : maya@gmail.com

Abstrak—Munculnya platform pesan antar makanan secara online GoFood, GrabFood dan ShopeeFood membantu pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park merupakan gabungan pelaku usaha di bidang kuliner di kota Medan. UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park telah menjalin kerjasama dengan GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi digital marketing oleh UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan dalam upaya meningkatkan pendapatan dan bagaimana dampak penggunaan GoFood, GrabFood dan ShopeeFood dalam peningkatan pendapatan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan setelah memakai platform tersebut. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Jenis dan sumber data menggunakan data primer yang dikumpulkan langsung dari sumber utamanya dan data sekunder yang telah ada sebelumnya dan digunakan peneliti untuk melengkapi data. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi dengan cara mengumpulkan informasi data tentang objek penelitian yang kemudian menganalisisnya untuk menjawab permasalahan yang terjadi pada UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan. Penelitian menunjukkan bahwa menggunakan platform pesan antar makanan secara online mampu meningkatkan pendapatan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan.

Kata Kunci: Platform Pesan Online, Peningkatan Pendapatan, UMKM, Pemasaran

Abstract— The emergence of online food delivery platforms GoFood, GrabFood and ShopeeFood helps MSMEs run their businesses. Polonia Sky Park Food Court Culinary UMKM is a combination of business actors in the culinary sector in the city of Medan. Polonia Sky Park Food Court Culinary MSMEs have collaborated with GoFood, GrabFood, and ShopeeFood. The research aims to find out how digital marketing strategies are implemented by the Polonia Sky Park Medan Culinary Food Court MSMEs in an effort to increase income and what impact the use of GoFood, GrabFood and ShopeeFood has on increasing the Polonia Sky Park Medan Culinary Food Court MSMEs' income after using the platform. The research uses descriptive qualitative methods. Types and sources of data use primary data collected directly from the main source and secondary data that previously existed and were used by researchers to complete the data. The data collection technique is in the form of interviews and documentation by collecting data information about the research object and then analyzing it to answer the problems that occur at the Polonia Sky Park Medan Culinary Food Court MSMEs. Research shows that using an online food delivery platform can increase the income of Polonia Sky Park Medan Culinary Food Court MSMEs.

Keywords: Online Messaging Platform, Increasing Revenue, MSMEs, Marketing

1. PENDAHULUAN

Digital Marketing tren saat ini. Di mana dengan digital marketing, pemasaran produk dapat menarik konsumen secara cepat, dan jangkauannya juga lebih luas. Pemanfaatan media digital dalam digital marketing merupakan daya tarik yang menjadikan digital marketing menjadi strategi pemasaran yang layak untuk dipergunakan. Kebermanfaatan dari produk teknologi digital semakin sangat terasa. Manusia dapat melakukan sosialisasi, bertegur sapa dengan teman jauh maupun dekat, membaca buku, memperoleh berbagai informasi. Tak hanya itu, saat ini teknologi digital juga banyak dimanfaatkan untuk pemasaran digital. Menjual produk secara online dan memasarkan atau mempromosikan produk untuk menarik minat konsumen [1], [2].

Tren berbelanja secara online sangat signifikan tumbuh dikalangan masyarakat. Semua memiliki smartphone untuk memudahkan komunikasi. Memanfaatkan media digital memudahkan pelaku usaha mengembangkan usahanya. Usaha kuliner merupakan usaha yang bergerak dibidang penjualan makanan dan minuman. Usaha kuliner dirintis dengan modal besar maupun kecil. Usaha kuliner merupakan usaha jangka panjang, karena manusia senantiasa membutuhkan makan dan minum, sehingga bisa dipastikan usaha kuliner selalu dibutuhkan oleh setiap orang [3]. Usaha kuliner tumbuh dan berkembang meskipun terjadi krisis. Menurut Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia, total pendapatan usaha kuliner pada 2022 mencapai Rp. 650 triliun, tumbuh 8,34% dibanding tahun 2021. Tahun 2023 diperkirakan naik sebesar 2% dibanding tahun 2022. Persaingan usaha kuliner harus dihadapi dengan pengetahuan, sikap dan keterampilan sehingga memunculkan inovasi-inovasi baru sehingga usaha yang dilakukan dapat bertahan [4], [5].

Digital marketing yang diminati saat ini yaitu layanan pesan antar makanan secara online. Beberapa platform penyedia layanan pesan antar makanan secara online ialah GoFood pada aplikasi Gojek, GrabFood pada aplikasi Grab dan ShopeeFood pada aplikasi Shopee. GoFood, GrabFood dan ShopeeFood secara konsisten melakukan promosi dengan menginformasikan produk yang disajikan oleh distributor ataupun produsen tertentu, dalam hal ini adalah UMKM kuliner yang menjadi mitranya. Seperti penelitian [6], [7], [8] yang menyatakan bahwa saat ini layanan pesan



antar makan secara online sangat populer di kalangan masyarakat. Kebiasaan masyarakat khususnya di Indonesia yang cenderung menginginkan pelayanan menjadikan layanan pesan antar makanan secara online menjadi trend yang tidak terhindarkan. Situasi dan kondisi ini sesungguhnya memberikan angin segar bagi banyak pihak, khususnya mereka yang bekerja di platform pesan antar makanan secara online dan pelaku usaha kuliner yang bekerjasama dengan penyedia layanan pesan antar makanan secara online. Menurut penelitian [9], [10], [11], tingkat penjualan pelaku usaha kuliner yang berkolaborasi dengan platform penyedia layanan pesan antar makanan secara online meningkat secara drastis. Selain itu hal ini berdampak positif terhadap menurunnya jumlah pengangguran di Indonesia.

UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan merupakan gabungan pelaku usaha di bidang kuliner di Polonia Sky Park yang terletak kota Medan. UMKM yang tergabung di Food Court Polonia Sky Park Medan sebanyak 115 pelaku usaha kuliner dengan ragam produk, mulai makanan berat, makanan ringan, makanan pencuci mulut, buah-buahan, es krim, makanan daerah tradisional, hingga ke makanan bernuansa modern mengadopsi menu yang ada di asia dan eropa. Harga yang ditawarkan, berdasarkan observasi awal, sangat terjangkau dan ramah di kantong.

Berdasarkan wawancara awal dengan 27 pelaku usaha kuliner, mereka telah menjalin kerjasama dengan penyedia layanan pesan antar makanan secara online antara lain GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Sebelumnya mereka menggunakan Whatsapp dan Instagram. Dalam wawancara, para pelaku usaha menyadari untuk meningkatkan penjualan dan memperluas informasi tentang usaha yang dijalankan, harus memiliki strategi yang baik. Mengingat situasi ekonomi yang belum sepenuhnya stabil akibat pandemi Covid-19. Bahkan para pelaku usaha memaparkan, ketika masa pandemi, penjualan drastis menurun yang berimbas kepada pendapatan mereka. Tak sedikit rekan mereka yang harus gulung tikar. Penelitian FGH mengatakan bahwa pada masa pandemic Covid-19 banyak pelaku usaha yang harus menutup usahanya, karena kebijakan pemerintah yang melakukan pembatasan terhadap segala aktivitas, termasuk bidang usaha kuliner.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat serta signifikan, memunculkan inovasi baru dalam hal pemesanan. Layanan pesan antar makanan GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood merupakan inovasi baru dalam media pemasaran produk kuliner sebagai upaya agar bisa meningkatkan pendapatan dan keberlangsungan pasar bisnis kuliner. Dengan memanfaatkan platform tersebut, diharapkan usaha semakin eksis dan mampu meningkatkan penjualan. Seperti penelitian [12], yang mengatakan bahwa layanan online untuk pemesanan makanan berbasis digital akan sangat membantu dalam pemasaran produk. Tentu perlu dilihat apakah pemanfaatan inovasi digital marketing melalui penyedia layanan pesan antar makanan secara online benar-benar memberikan dampak positif kepada UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan. Dampak positif tersebut apakah terjadi secara merata atau hanya di sebagian pelaku usaha saja. Sehingga kedepan dapat dilakukan peningkatan serta pembenahan kearah yang lebih baik lagi, khususnya guna mendukung UMKM. Seperti penelitian [13], yang mengemukakan bahwa platform berbasis digital yang ada pada saat ini akan memberikan dampak yang signifikan dalam hal mendongkrak penjualan, khususnya bagi pelaku usaha yang bergerak dalam produk makanan.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak digital marketing menggunakan platform pemesanan online terhadap peningkatan pendapatan dan keberlanjutan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan. Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat penerapan digital marketing yang dilakukan pada UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk melihat dampak penggunaan platform GoFood, GrabFood dan ShopeeFood terhadap peningkatan pendapatan bisnis kuliner UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan. Penelitian ini penting dilakukan karena dukungan terhadap kemajuan dan naik kelas UMKM menjadi perhatian seluruh pihak. Penelitian ini penting dilakukan karena pemanfaatan platform pemesanan makanan online sangat mendukung dalam peningkatan perekonomian serta penurunan tingkat pengangguran. Penelitian ini penting dilakukan UMKM merupakan salah satu identitas atau simbol Indonesia sebagai negara yang fokus untuk mendukung masyarakatnya dalam kegiatan wirausaha.

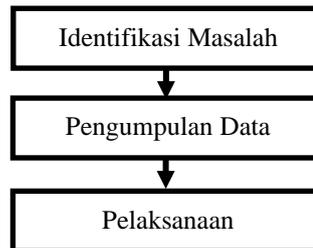
2. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan pemecahan masalah yang digunakan yaitu dengan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Penelitian memusatkan diri secara intensif pada suatu objek tertentu untuk mempelajarinya sebagai studi kasus. Bertujuan untuk menggali, menemukan, mendeskripsikan dan menjelaskan sifat atau ciri dari efek sosial yang tidak dapat dijelaskan [14]. Deskripsi naratif dapat membantu peneliti untuk memberikan gambaran dan penjelasan yang sesuai dengan kenyataan. Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data tidak terbatas observasi dan wawancara, tetapi dokumen, riwayat hidup subjek, karya-karya tulus objek, publikasi teks, dan lain-lain Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak pemanfaatan strategi digital marketing menggunakan platform media pemesanan online terhadap peningkatan pendapatan dan keberlanjutan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan.

Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan studi kasus, yakni penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau perkataan dari orang-orang dan perilaku yang diteliti. Penelitian kualitatif juga termasuk penelitian lapangan dan kajian pustaka [15]. Dalam penelitian ini, peneliti memilih pendekatan kualitatif dalam mengidentifikasi permasalahan. Melalui pendekatan ini, penulis mendapatkan gambaran tentang dampak

pemanfaatan strategi digital marketing menggunakan platform media pemesanan online terhadap peningkatan pendapatan dan keberlanjutan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan.

Penelitian yang dilakukan terdiri dari beberapa tahapan, seperti tersaji dalam gambar 1 berikut ini:



Gambat 1. Tahapan Penelitian [16]

Adapun penjelasan dari gambar 1 yaitu:

1. Tahap Identifikasi Masalah
Pada tahap perencanaan dilakukan beberapa hal antara lain menjadwalkan waktu penelitian dan tempat penelitian. Kemudian melakukan inventarisir perlengkapan yang akan dipergunakan dalam penelitian. Dilaksanakan dengan melakukan wawancara dan pengamatan.
2. Tahap Pengumpulan Data
Pada tahap persiapan dipersiapkan perlengkapan dan bahan-bahan yang akan dipergunakan dalam penelitian. Melakukan pengurutan masalah yang ada berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan kemudian mengkorelasikan dengan referensi baik dari buku dan jurnal. Melakukan pemfokusan masalah untuk mendapatkan solusi yang tepat. Melakukan klasifikasi masalah agar tidak ada yang terlewatkan sehingga solusi yang akan dibuat dapat menjawab seluruh masalah yang ada
3. Tahap Pelaksanaan
Melaksanakan penelitian, melalui pengumpulan data melalui wawancara, pengamatan, serta studi pustaka. Melakukan pengolahan data sesuai dengan hasil wawancara, pengamatan, serta studi pustaka. Memunculkan teori pernyataan yang berasal dari hasil wawancara, pengamatan, serta studi pustaka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Platform pesan antar makanan secara online bermunculan. Platform tersebut antara lain GoFood, GrabFood dan ShopeeFood. Ketiga platform tersebut merupakan aplikasi penjualan makanan dan minuman secara online. Platform tersebut merupakan media pemasaran bagi pelaku usaha kuliner untuk menjual produknya dengan mudah dan efisien. Para pelaku usaha hanya mendaftarkan tokonya ke platform tersebut dan mencantumkan produk atau menu makanan dan minuman yang dijual. Banyak pelaku usaha kuliner menggunakan sarana ini untuk menunjang pemasaran dan penjualan produk. Berkembangnya platform pesan antar makanan secara online membutuhkan langkah-langkah yang tepat sasaran untuk pemanfaatannya. Langkah-langkah yang tepat sasaran yang dapat dilakukan seperti:

1. Tepat dalam menentukan jenis dagangan
Ketepatan dalam menentukan jenis kuliner yang diperdagangkan atau dijual merupakan kunci keberhasilan ketika memanfaatkan platform penjualan digital. Oleh karenanya, para pelaku usaha kuliner harus benar-benar melakukan analisa dan survey sebelum menentukan produk apa yang akan didagangkan.
2. Menentukan besaran biaya atau harga dari dagangan
Selain ketepatan dalam menentukan jenis dagangan, ketepatan dalam menentukan biaya atau besaran harga dari dagangan juga sangat penting. Harus dipahami bahwa pembeli akan senantiasa memperhatikan harga yang ditawarkan. Semakin terjangkau harga yang ditawarkan, daya tarik dari dagangan juga akan semakin meningkat.
3. Tujuan Pemasaran Produk
Masing-masing produk tentu akan memiliki penggemarnya masing-masing. Misalnya produk tertentu, bisa jadi tidak cocok untuk dijual di lokasi tertentu. Tetapi bisa saja, produk tertentu cocok untuk dijual di tempat tertentu. Karenanya tujuan pemasaran produk juga harus diperhitungkan dan diperhatikan. Jangan sampai salah tujuan dan sasaran. Bisa jadi akan merugi.
4. Langkah Mengenalkan Produk
Ketika produk yang dimiliki sudah dikenal, maka tidak sulit untuk memasarkan produk tersebut. Karenanya langkah untuk mengenalkan produk yang dimiliki kepada masyarakat luar, harus secara tepat dilakukan. Media yang dipilih untuk mengenalkan produk tersebut juga harus tepat. Sehingga produk yang dimiliki akan dikenal



secara luas. Dengan demikian, ketika produk tersebut disebar di pasar, masyarakat akan segera membeli produk yang dipasarkan tersebut.

Hadirnya Platform pesan antar makanan secara online seperti GoFood, GrabFood dan ShopeeFood menjadi solusi bagi UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan. Platform pesan antar makanan secara online GoFood, GrabFood dan ShopeeFood yang di sediakan Gojek, Grab dan Shopee sangat membantu dalam memasarkan produk UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan. Menjadi faktor yang menyebabkan meningkatnya penjualan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan.

Sebelum hadirnya Platform pesan antar makanan secara online seperti GoFood, GrabFood dan ShopeeFood, UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan memasarkan produknya secara offline atau konsumen membeli produk UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan harus langsung datang ke Food Court Polonia Sky Park Medan.

Dampak setelah menggunakan platform pesan antar makanan secara online dengan menggunakan GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood terjadi peningkatan penjualan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan. Meningkatnya penjualan yang hampir dua kali lipat dibandingkan dengan sebelum menggunakan menggunakan platform pesan antar makanan secara online dengan menggunakan GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Adanya platform pesan antar makanan secara online dengan menggunakan GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood memberikan dampak yang besar bagi UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan. Pemasaran menggunakan platform pesan antar makanan secara online dengan menggunakan GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood lebih menarik masyarakat karena lebih efisien dan tidak menghabiskan banyak waktu. Usaha menarik daya beli para konsumen juga diperlukan beberapa faktor, seperti menyediakan diskon atau promo disetiap produk yang ditawarkan atau memberikan harga paket untuk beberapa produk yang seolaholah menjadikan harga menjadi sedikit lebih murah sehingga pembeli tertarik.

Setelah bertransformasi ke layanan pemesanan bersifat online serta digital. Terjadi peningkatan terhadap pendapatan UMKM. Didapati perolehan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan tidak stabil. Dari Juni hingga bulan oktober UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan mendapatkan akumulasi perolehan sebesar Rp.10.300.000, lalu pada bulan november hingga Februari mendapatkan akumulasi perolehan sebesar Rp.8.350.000. Apabila diperhatikan perolehan pendapatan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan dapat dikatakan tidak ada peningkatan yang signifikan dari penjualan produknya melalui cara offline. Di mana pendapatan di setiap bulannya rerata Rp.2.172.324. Berdasarkan analisa, terjadi karena kurangnya pemasaran produk yang dilakukan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan yang hanya menjual produknya di rumah sehingga hanya orang yang dekat rumah saja yang mengetahui serta jaringan si pemilik usaha. Pemasaran melalui jejaring media sosial seperti Whatsapp, Facebook, dan Instragram kurang efektif karena UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan hanya membagikan postingan produk yang ditawarkan saja, beda dengan platform pesan antar makanan online yang merupakan media pemasaran produk kuliner serta juga menjadi media penjualan produk secara online. Dibulan berikutnya UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan menjual produknya dengan memanfaatkan Platform pesan antar makanan secara online seperti GoFood, GrabFood dan ShopeeFood dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan yang diperoleh.

Total pendapatan setelah menggunakan platform pesan antar makanan secara online dengan menggunakan GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Akumulasi bulan Maret hingga juli didapati akumulasi pendapatan sebesar Rp.20.721.000. Akumulasi pendapatan bulan Agustus hingga Desember didapati pendapatan sebesar Rp.29.545.700. Untuk akumulasi tersebut rerata Rp.4.670.750. Menunjukkan pendapatan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan mengalami kenaikan signifikan setelah menggunakan platform pesan antar makanan secara online dengan menggunakan GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Kenaikan pendapatan tersebut menunjukkan bahwa menggunakan platform pesan antar makanan secara online dengan menggunakan GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood memberikan dampak yang positif bagi UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan dalam meningkatkan pendapatan yang diperoleh. Kenaikan pendapatan tersebut juga dikarenakan media pemasaran yang tepat yaitu menggunakan platform pesan antar makanan secara online dengan menggunakan GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood yang merupakan wadah bagi aneka bisnis kuliner serta mudahnya transaksi bagi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan dan cara pembayaran yang ditawarkan banyak, bisa melalui transfer, m-banking, e-wallet mau pun cash on delivery yang nantinya pembeli membayarkan uang tunai sesuai biaya produk yang dipesan dan nantinya dibayarkan kepada kurir pesan antar makanan tersebut.

4. KESIMPULAN

Strategi yang dilakukan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan sudah baik. Terbukti dengan meningkatnya pendapatan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan mendapatkan akumulasi perolehan sebesar Rp.10.300.000. Penentuan produk yang mereka jual dengan mengetahui apa yang saat ini laku dipasaran dan banyak diminati sehingga banyak menarik konsumen untuk membeli. Penentuan harga yang cukup terjangkau sehingga banyak orang tertarik pada produk yang ditawarkan dengan harga yang relatif terjangkau. Penentuan pasar UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan untuk menjangkau konsumen juga sudah baik. Promosi juga dilakukan





UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan untuk menjangkau dan menarik minat beli masyarakat dengan produk yang ditawarkan. Dengan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan penerapan strategi digital marketing telah dilakukan oleh UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya tersebut. Menunjukkan bahwa menggunakan platform pesan antar makanan secara online mampu meningkatkan pendapatan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan.

REFERENCES

- [1] Badruddin, H., Ilyas, J. and Sulistiadi, W. (2022) 'Strategi Branding Dalam Pemasaran di Rumah Sakit', *Jurnal Kesehatan Masyarakat (Undip)*, 10(2), pp. 229–232.
- [2] Darus, P. and Silviani, I. (2022) 'Peran Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Bauran Pemasaran', *Message: Jurnal Komunikasi*, 11(1), pp. 60–73.
- [3] Dwiputri, R., Isyanti, P. and Sumami, N. (2024) 'Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kofieboy', *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), pp. 488–498.
- [4] Faridh, M. and Marsella, F. (2021) 'Efek Pola Kepemimpinan Secara Berintegritas Serta Responsibilitas Terhadap Maksimalnya Kinerja Keuangan', *Jurnal Penelitian Teori dan Terapan Akuntansi (PETA)*, 6(2), pp. 135–149.
- [5] Haholongan, R. et al. (2024) 'Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Di Pulogadung', *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), pp. 6073–6082.
- [6] Ijomah, T.I. et al. (2024) 'Innovative digital marketing strategies for SMEs: Driving competitive advantage and sustainable growth', *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(7), pp. 2173–2188.
- [7] Mardiyanto, E. and Gresik, S. (2021) 'Implementasi marketing mix dalam pemasaran perbankan syariah', *Al-Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(1), pp. 93–103.
- [8] Punjabi, M.P. et al. (2024) 'Navigating the New Wave; Unveiling the Transformation Effects of social media On Digital Marketing in The Emerging Era', *Journal of Informatics Education and Research*, 4(1).
- [9] Purba, R.A. et al. (2020) 'The optimalization of backpropagation neural networks to simplify decision making', *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 830, p. 022091. doi:10.1088/1757-899X/830/2/022091.
- [10] Purba, R.A. (2021) 'Application design to help predict market demand using the waterfall method', *Matrix: Jurnal Manajemen Teknologi dan Informatika*, 11(3), pp. 140–149.
- [11] Purba, R.A. and Sembiring, J. (2016) 'Selection of scholarship recipients by using Promethee method in Polytechnic Unggul LP3M Medan', 2016 International Seminar on Application for Technology of Information and Communication (ISEmantic), pp. 86–92. doi:10.1109/ISEMANTIC.2016.7873815.
- [12] Purba, R.A. and Sondang, S. (2022) 'Design and Build Monitoring System for Pregnant Mothers and Newborns using the Waterfall Model', *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, 6(1), pp. 29–42.
- [13] Purwanti, A. et al. (2023) 'Pengaruh Kualitas Sistem Akuntansi terhadap Pengendalian Internal dalam Rangka Pemasaran Berkelanjutan: Studi Kasus pada Industri Retail di Provinsi Jawa Barat', *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), pp. 68–80.
- [14] Purwanto, H. and Kardi, D.C.A. (2021) 'Memilih Tidak Berubah Sebagai Strategi Pemasaran Ditengah Revolusi Industri Yang Cepat Berubah Demi Keberlangsungan Hidup Dan Citra Destinasi Wisata (Studi Kasus pada Usaha Kecil dan Kafe Sawah Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang)', *Tirtayasa Ekonomika*, 16(1), pp. 125–132.
- [15] Sugiyono, S. (2010) 'Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D', Alfabeta Bandung [Preprint].
- [16] Suprayitno, D. (2024) 'Analysis Of Customer Purchase Interest In Digital Marketing Content', *Journal of Management*, 3(1), pp. 171–175.