

Pendampingan Pemasaran Digital Melalui Pemanfaatan *Landing Page* sebagai Media Promosi Usaha Katering

Ellen Theresia Sihotang¹, Riski Aprillia Nita², Kartika Marta Budiana³, Hariadi Yutanto⁴,
Diah Ekaningtyas⁵

^{1,2,3,4}Universitas Hayam Wuruk Perbanas-Surabaya

¹ellen@perbanas.ac.id

Received: 8 Juni 2023; Revised: 21 Mei 2024; Accepted: 17 Juni 2024

Abstract

The Covid-19 pandemic has had a big impact on decreasing the turnover of business actors, especially in catering businesses. One of them is Bunda Tasty catering in the city of Surabaya. This business has experienced a decrease in turnover of up to 78% and after the Covid-19 pandemic, the turnover is still not optimal. In connection with these problems, the purpose of the Community Service (PkM) activity is to improve the marketing function which is still conventional in a digital direction through digital marketing education and creating landing pages through the Google Site. The Partner is also given directions and guidebooks related to landing page management. The method used is assistance for approximately three months. The implementation of Community Service activities as a whole was evaluated through direct observation and using a questionnaire. The result from direct observation partner has been able to manage landing pages by operating various edit functions. Based on the questionnaire, the Community Service activities were good and had a positive impact on digital promotions and was able to target a number of new customers. Partner hope that Community Service activities can continue to manage the financial function digitally.

Keywords: catering; marketing; digital; landing page

Abstrak

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup besar pada penurunan omzet pelaku usaha terutama usaha jasa boga. Salah satunya adalah katering Bunda Tasty yang ada di Kota Surabaya. Usaha tersebut mengalami penurunan omzet sampai dengan 78% dan pasca pandemi Covid-19 perolehan omzet masih belum optimal. Berkaitan dengan permasalahan tersebut maka tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) adalah membenahi fungsi pemasaran yang masih bersifat konvensional ke arah digital melalui edukasi pemasaran digital dan pembuatan *landing page* melalui Google Site. Mitra juga diberikan arahan dan buku panduan yang terkait dengan pengelolaan *landing page*. Metode yang digunakan adalah pendampingan selama kurang lebih tiga bulan. Pelaksanaan kegiatan PkM secara keseluruhan dievaluasi melalui pengamatan secara langsung dan menggunakan kuesioner. Hasil evaluasi dari pengamatan secara langsung mitra telah mampu mengelola *landing page* dengan mengoperasikan berbagai fungsi edit. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner mitra memberikan pelaksanaan kegiatan cukup baik dan memberikan dampak positif terhadap promosi digital dan dapat menjangkau sejumlah pelanggan baru. Mitra berharap kegiatan PkM dapat berlanjut pada pengelolaan fungsi keuangan secara digital.

Kata Kunci: catering; pemasaran; digital; *landing page*

Pendampingan Pemasaran Digital Melalui Pemanfaatan *Landing Page* sebagai Media Promosi Usaha Katering

Ellen Theresia Sihotang, Riski Aprillia Nita, Kartika Marta Budiana, Hariadi Yutanto, Diah Ekaningtyas

A. PENDAHULUAN

Usaha katering merupakan usaha jasa penyediaan makanan untuk berbagai acara maupun keperluan khusus dengan ruang lingkup usaha menawarkan makanan sekaligus jasa penyajiannya (Sujarwadi et al., 2019). Salah satu usaha jasa katering di Kota Surabaya adalah Katering Bunda Tasty yang bertempat di Jalan Penjaringan Asri XVIII PS IF/22, Kelurahan Penjaringan, Kecamatan Rungkut Kota Surabaya. Usaha katering tersebut berdiri pada 2008, namun legalitas atas usaha catering dilakukan pada 2011.

Katering Bunda Tasty merupakan usaha jasa boga yang juga mengalami dampak dari pandemi Covid-19. Rata-rata penerimaan pesanan untuk acara-acara khusus selama satu tahun sebelum pandemi Covid-19 adalah enam sampai dengan tujuh acara dengan rata-rata jumlah undangan 500-1.000 orang. Harga katering prasmanan berkisar pada nominal Rp 50.000-Rp 55.000 sedangkan harga nasi kotak sebesar Rp 26.000.

Penurunan omzet secara drastis dialami pada saat pandemi Covid-19 sebesar 78%. Pada awal pandemi Covid-19, Maret 2020, katering Bunda Tasty menerima tujuh pembatalan acara yang terdiri dari acara pernikahan, ulang tahun, maupun acara syukuran. Selama masa pandemi Covid-19, katering Bunda Tasty beralih kepada katering

rumahan dengan kisaran harga pada nominal Rp 30.000-Rp 50.000. Rata-rata pesanan menu harian per bulan berjumlah 200 pesanan. Pengiriman makanan pada awalnya menggunakan jasa kurir *online* selama kurang lebih enam bulan selanjutnya pengantaran makanan dilakukan oleh karyawan. Upaya tersebut dilakukan oleh katering Bunda Tasty dalam rangka mempertahankan usahanya dan tanggung jawab moril terhadap 10 karyawannya.

Pada awal 2022 katering Bunda Tasty menerima kembali pesanan prasmanan dan nasi kotak. Harga nasi kotak pada kisaran nominal Rp 26.000-Rp 28.000/kotak dengan menu standar (nasi, sayur, mie dan satu lauk) sedangkan menu lengkap Rp 33.000-Rp 38.000/kotak. Harga katering prasmanan berkisar pada nominal Rp 43.000-Rp 72.000. Rata-rata pesanan katering periode 2022 lebih banyak ke nasi kotak dengan jumlah acara rata-rata 10 untuk 100-300 orang. Pesanan katering prasmanan berjumlah tiga acara dengan jumlah undangan 100-300 orang sehingga perolehan omzet masih belum optimal karena peningkatan omzet masih sebesar 17%. Rincian perhitungan perolehan omzet katering Bunda Tasty sebelum, saat pandemi Covid-19 maupun pasca pandemi tercantum pada Tabel 1.

Tabel 1. Perhitungan Omzet

Kondisi	Rata-rata Jumlah Tamu (orang)	Harga (Rp)	Rata-rata Jumlah Acara/Tahun	Total Omzet (Rp)/Tahun
Sebelum Pandemi Covid-19				
Prasmanan	1.000	55.000	7	385.000.000
Nasi Kotak	1.000	26.000	7	182.000.000
Total				567.000.000
Pandemi Covid-19				
Prasmanan	-	55.000	0	0
Kotak	200/bulan	50.000	0	120.000.000
By Kirim	-	20.000	0	7.200.000
Total				127.200.000
Pasca Pandemi Covid-19				
Prasmanan	300	72.000	3	64.800.000
Kotak	300	28.000	10	84.000.000
Total				148.800.000

Sumber: Katering Bunda Tasty, Data Diolah

Katering Bunda Tasty dikenal memiliki cita rasa (*taste*) khas nusantara dan selalu menjaga kesegaran bahan dasar yang akan diolah, sehingga pihak manajemen katering berkomitmen bahwa pemesanan paling lambat diterima H-3. Pesanan H-1 akan ditolak. Proses penerimaan pesanan dilakukan masih dengan cara yang sederhana, hanya melalui aplikasi Whatsapp dengan menuliskan format pemesanan.



Gambar 1. Kondisi Dapur

Katering Bunda Tasty merupakan usaha keluarga yang pengelolaannya masih tradisional (Gambar 1). Pengelolaan usaha katering saat ini dilakukan oleh generasi kedua yang adalah anak-anak dari Ibu Rukmi selaku pemilik pertama. Anak-anak beliau sudah cukup 'melek teknologi,' sehingga dari segi sumber daya manusia cukup mengenal teknologi. Namun, pada aspek pemasaran katering Bunda Tasty belum memanfaatkan media promosi lainnya karena masih berfokus pada sejumlah pelanggan lama, belum mencoba mencari pelanggan baru sehingga fungsi pemasaran yang terkait dengan promosi belum optimal dilakukan oleh pihak manajemen katering Bunda Tasty. Keunggulan cita rasa makanannya juga belum diketahui secara luas oleh masyarakat, hanya pada kalangan tertentu sehingga diperlukan konsep pemasaran secara digital yang mengubah strategi pemasaran (Suhayati et al., 2022) konvensional ke arah digital melalui keberadaan pemilik maupun pengelola sebagai pelaku usaha katering (Chairi et al., 2022). Strategi pemasaran secara digital perlu dilakukan karena memungkinkan adanya perluasan pasar sasaran yang jumlah menjadi lebih banyak dibandingkan dengan pemasaran secara konvensional (Nugroho et al., 2022)

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra maka tujuan dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada

Masyarakat (PkM) ini adalah memberikan solusi berkaitan dengan permasalahan pada aspek pemasaran berdasarkan kebutuhan dan keinginan mitra. Beberapa solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Edukasi pemasaran digital sebagai bentuk transformasi strategi pemasaran konvensional ke digital terkait dengan pengelolaan media sosial berupa Whatsapp dan Instagram sebagai media promosi yang dapat dimanfaatkan secara optimal.
2. Membuat *landing page* yang menarik dalam rangka membantu mitra mempromosikan sejumlah produk dan harga dengan memanfaatkan *platform* Google Site yang dapat menghemat biaya operasional.
3. Mitra mampu mengelola *landing page* melalui *copywriting* dan konten-konten yang menarik.

Berkaitan dengan solusi yang ditawarkan tersebut maka luaran dari kegiatan PkM ini adalah pembuatan *landing page* Bunda Tasty Catering sebagai media promosi dalam rangka memperluas pasar sasaran yaitu memperoleh pelanggan baru yang dapat meningkatkan omzet. Berkaitan dengan tujuan dari kegiatan PkM tersebut maka diperlukan pengelolaan yang aktif terhadap *landing page* dan tidak terlepas dari unsur-unsur kreativitas berupa kemampuan *copywriting* (Febrian et al., 2021), rancangan tata letak dan beragam konten yang memadukan warna dan bentuk ruang.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan kegiatan PkM pada usaha jasa boga katering Bunda Tasty meliputi empat tahapan utama yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, evaluasi dan monitoring. Metode yang digunakan adalah pendampingan.

Tahap persiapan meliputi koordinasi awal dengan mitra terkait dengan kebutuhan dan keinginan terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Informasi yang diperoleh melalui koordinasi tersebut menjadi dasar bagi tim PkM untuk merumuskan permasalahan beserta solusinya mengacu pada bidang keahlian dari masing-masing anggota tim PkM

Pendampingan Pemasaran Digital Melalui Pemanfaatan *Landing Page* sebagai Media Promosi Usaha Katering

Ellen Theresia Sihotang, Riski Aprillia Nita, Kartika Marta Budiana, Hariadi Yutanto, Diah Ekaningtyas

dan dibantu oleh lima orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Hayam Wuruk (UHW) Perbanas Surabaya.

Tahapan selanjutnya adalah pelaksanaan yang meliputi penyampaian materi pemasaran digital beserta pengelolaannya termasuk materi *copy writing* melalui media sosial serta mengenalkan *platform landing page* melalui Google Ads. Kegiatan selanjutnya adalah pendampingan pembuatan *landing page* dengan menerapkan konsep *copy writing* serta tata letak konten. Pembuatan *landing page* dapat membantu mitra dari segi promosi usahanya sekaligus membangun minat pelanggan untuk memilih produk yang ditawarkan (DuPont et al., 2018).

Tahapan berikutnya adalah evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan PkM. Evaluasi berkaitan dengan kegiatan pendampingan pembuatan *landing page* dengan memperhatikan *copywriting* maupun tata letak konten. Evaluasi dilaksanakan melalui pengamatan secara langsung yaitu kemampuan mitra membuat serta mengoperasikan *landing page* dilanjutkan dengan pengelolaannya. Evaluasi juga dilakukan melalui pengisian kuesioner oleh mitra yang bersangkutan. Hasil dari evaluasi tersebut selanjutnya dimonitoring oleh pihak perguruan tinggi UHW Perbanas melalui unit kerja Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (PPPM).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PkM ini diawali dengan koordinasi dengan mitra. Hasil dari tahapan awal tersebut diperoleh informasi mitra masih melakukan pemasaran secara konvensional. Akun media sosial yang dimiliki juga belum dikelola secara aktif. Proses pemesanan hanya melalui media Whatsapp dan masih berfokus pada pelanggan lama belum mencoba mencari pelanggan baru. Berdasarkan kondisi tersebut maka tim PkM melakukan koordinasi tim untuk melakukan pendampingan terkait dengan penerapan pemasaran secara digital melalui pembuatan *landing page*. Kegiatan pendampingan tersebut dilakukan selama

kurang lebih tiga bulan sejak dari Maret-Mei 2023.

Tim PkM mengawasi kegiatan pendampingan dengan mengedukasi pentingnya penerapan konsep pemasaran secara digital pada usaha jasa boga. Materi pengetahuan yang disampaikan berkaitan dengan pengertian, tujuan, manfaat pemasaran digital dan pengelolaan media digital serta mengenalkan *landing page* dan pemanfaatannya. Pemasaran digital merupakan aktivitas, organisasi, dan proses yang difasilitasi melalui teknologi digital untuk menciptakan, mengkomunikasikan serta memberi nilai bagi sejumlah pelanggan (American Marketing Association, 2017) Edukasi tersebut disampaikan kepada pihak pengelola katering Bunda Tasty.

Berkaitan dengan pemasaran digital maka tidak terlepas dari strateginya yaitu memanfaatkan *platform* digital berupa *landing page* melalui Google Ads sekaligus dapat dimanfaatkan sebagai media promosi (Asharudin & Dewi, 2021) usaha katering Bunda Tasty. *Landing page* merupakan salah satu *platform* digital berbentuk halaman situs web yang dirancang khusus dengan konsep pemasaran. Beberapa manfaat dari penggunaan *landing page* adalah mencari pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama, dan dapat meningkatkan konversi penjualan (Indrayani & Kuswayati, 2021). Pembuatan *landing page* tidak terlepas dari pengelolaannya secara khusus yang berkaitan dengan tata letak konten dan *copywriting*. Penataan konten berkaitan dengan tema dan gaya desain sebagai identitas visual katering Bunda Tasty sedangkan *copywriting* merupakan informasi-informasi penting yang diperlukan oleh sejumlah calon maupun pelanggan dari katering Bunda Tasty (Andriyanto et al., 2023). Dokumentasi edukasi tim PkM kepada pengelola katering Bunda Tasty terkait dengan pemasaran digital tercantum pada Gambar 2.

Kegiatan PkM selanjutnya adalah pembuatan *landing page* Bunda Tasty melalui sites.google.com dan menggunakan Google Ads. Pembuatan *landing page* dibantu oleh

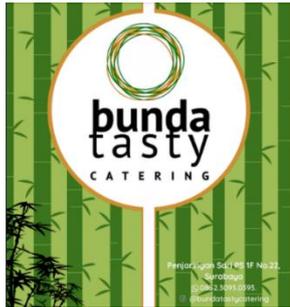
rekan-rekan mahasiswa yang telah mengumpulkan data dan foto-foto usaha catering Bunda Tasty termasuk daftar menu, deskripsi singkat usaha serta logo usaha. Perolehan data dilakukan melalui wawancara dengan pihak manajemen sedangkan foto-foto diperoleh dari Instagram usaha mitra. Pada proses pembuatan *landing page* mitra diberikan arahan berkaitan dengan proses komunikasi visual melalui *copywriting* dan sketsa tata letak (*layout*) agar desain yang dihasilkan menarik dan tertuju kepada pasar sasaran (Andriyanto et al., 2023). Aktivitas pembuatan *landing page* catering Bunda Tasty tercantum pada Gambar 3.



Gambar 2. Edukasi Pemasaran Digital



Gambar 3. Pembuatan *Landing Page*



Gambar 4. Logo Bunda Tasty

Sketsa *layout landing page* mengacu pada warna logo usaha seperti tercantum pada Gambar 4. Tampilan halaman depan beserta halaman lainnya dirancang dengan memadukan warna hijau dan putih untuk memberikan nilai unik, praktis dan strategis ketika diakses dengan model tulisan yang mengombinasikan jenis huruf dan ukurannya. Keseimbangan letak foto-foto juga menjadi pertimbangan

utama pada penerapan tata letak (Machfiroh et al., 2022)

Copywriting yang ditonjolkan sebagai *tagline* mengacu pada nilai yang dimiliki yaitu cita rasa makanan yang khas. Rangkaian kalimatnya adalah "Bunda Tasty Catering Cita Rasa yang Sesuai dengan Selera Anda."

Landing page yang dibuat dapat diakses melalui alamat <https://bit.ly/bundatastycatering> dengan tampilan beranda seperti tercantum pada Gambar 5. *Landing page* Bunda Tasty Catering memuat lima fitur utama yaitu beranda, katalog, testimoni, tentang dan kontak. Pada halaman beranda menampilkan nilai usaha sebagai citra dilengkapi dengan deskripsi singkat usaha catering Bunda Tasty. Bagian beranda juga menampilkan informasi jenis layanan catering meliputi layanan rantangan, nasi kotak, tumpengan, prasmanan, paket lebaran dan nasi liwet. Halaman tersebut juga dilengkapi dengan katalog menu, format pesanan yang terhubung secara langsung dengan aplikasi *whatsapp*, selain itu terdapat formulir pemesanan yang dapat diketik secara langsung beserta peta lokasi usaha catering.



Gambar 5. Beranda *Landing Page*

Halaman katalog pada *landing page* berisi informasi daftar layanan dan media sosial Instagram, Facebook, Whatsapp, dan *email* catering Bunda Tasty. *Landing page* juga dilengkapi dengan testimoni dari sejumlah pelanggan dengan tujuan untuk meyakinkan sejumlah calon pelanggan lainnya yang menjadi pasar sasaran. Laman berikutnya berjudul Tentang Kami yang merupakan deskripsi singkat usaha catering Bunda Tasty dilengkapi dengan gambar menu andalan yaitu Tumpeng Robyong.

Pendampingan Pemasaran Digital Melalui Pemanfaatan *Landing Page* sebagai Media Promosi Usaha Katering

Ellen Theresia Sihotang, Riski Aprillia Nita, Kartika Marta Budiana, Hariadi Yutanto, Diah Ekaningtyas

Tim PkM selanjutnya melakukan sosialisasi kepada mitra yang diwakili oleh karyawan bagian administrasi dan pihak manajemen yaitu direktur operasional. Pada kegiatan sosialisasi tersebut mitra dibekali buku panduan pengoperasian *landing page* (Andriyanto et al., 2023) beserta alamat Google Site sehingga mitra dapat melakukan pengelolaan lebih lanjut seperti pengkinian maupun edit terhadap konten-konten *landing page*. Kegiatan sosialisasi *landing page* Bunda Tasty Catering tercantum pada Gambar 6.



Gambar 6. Sosialisasi *Landing Page*

Tim PkM tetap melakukan komunikasi terhadap mitra berkaitan dengan pengelolaan *landing page* sebagai bagian dari pendampingan. Tujuannya agar mitra dapat mengetahui secara jelas fungsi pengoperasian dan pengelolaan *landing page* (Suhayati et al., 2022). Monitoring dan keberlangsungan kerjasama dengan mitra dilakukan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian UHW Perbanas Surabaya.

Serangkaian kegiatan PkM yang berlangsung selama kurang lebih tiga bulan pada akhirnya dilakukan evaluasi dengan tujuan untuk mengetahui apakah sejumlah materi yang telah disampaikan telah diimplementasikan oleh mitra (Chairi et al., 2022) serta mengukur kemampuan mitra terhadap pengelolaan *landing page*. Hasil evaluasi melalui pengamatan secara langsung oleh tim PkM, mitra secara khusus karyawan bagian administrasi telah dapat mengoperasikan *landing page*, seperti menambah sejumlah konten berupa foto maupun testimoni pada *landing page*. Pihak manajemen operasional juga menetapkan karyawan administrasi juga bertugas sebagai pengelola *landing page* Bunda Tasty Catering.

Evaluasi terhadap pelaksanaan PkM selama tiga bulan dilakukan melalui kuesioner yang disampaikan kepada pihak manajemen dan karyawan bagian administrasi dengan

menggunakan skala *Likert* mulai dari angka satu sangat tidak setuju sampai dengan angka lima yaitu sangat setuju.

Mitra memberikan jawaban terhadap pernyataan yang tercantum di kuesioner pada angka 4 sehingga rata-rata penilaian pelaksanaan kegiatan PkM pada angka 4,6. Mitra memberikan respon positif terhadap pelaksanaan kegiatan tersebut dan terbantu karena tautan *landing page* dapat ditemukan melalui Google Site. Pada saat *landing page* dioperasikan pada akhir Mei 2023, mitra mulai memperoleh pelanggan baru berjumlah lima pelanggan pada minggu pertama Juni 2023. Kelima pelanggan tersebut berasal dari dua institusi perguruan tinggi dan tiga dari masyarakat perorangan. Kelimanya melakukan pemesanan terhadap nasi kotak untuk serangkaian acara khusus. Mitra berharap kegiatan PkM tidak berhenti pada pengelolaan fungsi pemasaran tetapi dapat dilanjutkan pada pembenahan fungsi keuangan maupun operasional usaha katering.

D. PENUTUP

Simpulan

Solusi terhadap permasalahan mitra dengan usaha jasa boga yang berkaitan dengan penurunan omzet dapat dilakukan dengan mengubah strategi pemasaran berbasis konvensional ke arah digital. Pemasaran secara digital dapat dilakukan dengan berbagai media sosial maupun *platform* digital lainnya. Salah satu *platform* yang dapat digunakan dengan biaya yang rendah adalah pemanfaatan *landing page* melalui Google Site. *Platform* tersebut dapat dengan mudah ditemukan oleh masyarakat sehingga memudahkan mitra untuk melakukan promosi digital dalam rangka menasar target pasar khususnya sejumlah pelanggan baru.

Kegiatan PkM dengan metode pendampingan terhadap usaha katering Bunda Tasty memberikan dampak positif bagi mitra. Mitra memperoleh pengetahuan secara khusus yang berkaitan dengan pengelolaan *landing page* melalui konsep *copywriting* maupun desain grafis. Fungsi pemasaran secara perlahan-lahan mulai menerapkan strategi

pemasaran digital terutama pada elemen promosi maupun proses pemesanan yang menggunakan *landing page* Bunda Tasty Catering. Pihak manajemen operasional memutuskan untuk pengelolaan *landing page* menjadi tanggung jawab dari karyawan administrasi.

Saran

Berdasarkan respon dari mitra melalui evaluasi pelaksanaan kegiatan PkM, maka diharapkan kegiatan PkM pada catering Bunda Tasty memiliki keberlanjutan pada pengelolaan fungsi keuangan. Usaha catering Bunda Tasty masih melakukan pembukuan secara manual dengan menggunakan *Microsoft Excel* belum menerapkan sistem informasi akuntansi. Keberlanjutan kegiatan PkM pada catering Bunda Tasty sebaiknya berlanjut pada pembenahan dan pengelolaan fungsi keuangan secara digital yang terintegrasi dengan fungsi pemasaran.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana PkM pada jasa boga Catering Bunda Tasty menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak manajemen catering Bunda Tasty yang telah berkenan memberikan data serta kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (PPPM) Universitas Hayam Wuruk Perbanas yang telah mendukung secara materil maupun moril terhadap pelaksanaan kegiatan PkM.

E. DAFTAR PUSTAKA

American Marketing Association. (2017). *What is Digital Marketing*. <https://www.ama.org/>.

Andriyanto, A., Pranoto, R. E., Bangun, D. A. N., Anggraini, A., & DK MRR Tiyas Maheni. (2023). Pemasaran Digital UMKM Melalui Desain Landing Page Sebagai Upaya Pengembangan Bisnis. *BESAUNG Juraunl Seni Desain Dan Budaya*, 8(1), 15–20.

Asharudin, F., & Dewi, S. P. (2021). Optimalisasi Media Digital sebagai Strategi Pemasaran UMKM pada Masa Pandemi Covid-19. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(3),

549–554. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i3.7142>

- Chairi, Z., Aflah, A., & Aprilyana, I. (2022). Peningkatan Produktifitas UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing di Kelurahan Tegal Sari I Kecamatan Medan Area. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 13(2), 344–349. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v13i2.6730>
- DuPont, J., Harff, S., Park, S., & Linder, K. E. (2018). Marketing Online Degrees to Adult Learners: Staff, Resources, and Key Strategies. In *Leading and Managing e-Learning* (pp. 321–334). https://doi.org/10.1007/978-3-319-61780-0_22
- Febrian, A., Lina, L. F., Safitri, V. A. D., & Mulyanto, A. (2021). Pemasaran Digital dengan Memanfaatkan Landing Page pada Perusahaan Start-Up. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 313–320. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10103>
- Indrayani, R., & Kuswayati, S. (2021). Pelatihan Pembuatan Landing Page Bagi UMKM. *DIMASTEK (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Teknologi)*, 1(2), 12–20.
- Machfiroh, R., Piamalia, N. N., Wahyu, D., & Kiswardani, E. (2022). Pendampingan Edukasi dan Pelatihan E-Marketing Petani Mawar di Desa Ngliman Nganjuk Jawa Timur. *COSECANT*, 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.25124/cosecant.v2i1.18420>
- Nugroho, A., Kartadie, R., & Hudianti, E. (2022). Pelatihan Online Marketing Bagi Pengusaha Tanaman dalam Rangka Pengembangan Usaha Tanaman Hias. *Jurnal Pengabdian Masyarakat - Teknologi Digital Indonesia.*, 1(1), 22–30. <https://doi.org/10.26798/jpm.v1i1.564>
- Suhayati, E., Novianti, W., Figitria, C., Rhema, P., & Agustini, D. (2022). Digital Marketing dalam Rangka Mengembangkan Usaha Erna Sari

Pendampingan Pemasaran Digital Melalui Pemanfaatan *Landing Page* sebagai Media Promosi Usaha Katering

Ellen Theresia Sihotang, Riski Aprillia Nita, Kartika Marta Budiana, Hariadi Yutanto, Diah Ekaningtyas

Catering. *Majalah Ilmiah UNIKOM*,
20(2), 79–84.

Sujarwadi, A., Karim, A. M., & Afnan, A.
(2019). Desain Sistem Promosi Usaha
Katering (Jasa Boga) Kelompok PKK
Desa Sumberadi, Kabupaten Sleman.
*Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian
Masyarakat*, 3(2), 52–56.
<https://doi.org/10.30656/jpmwp.v3i2.1674>