

# Upaya Peningkatan Brand Awareness melalui Digital Marketing Pada PT NG Tech Supplies

Golan Hasan<sup>1</sup>, Roger Candra Wijaya<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Manajemen, Universitas Internasional Batam

e-mail: [golan.hasan@uib.ac.id](mailto:golan.hasan@uib.ac.id)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* PT Ng Tech Supplies melalui strategi *digital marketing* dengan fokus pada aktivasi dan optimalisasi akun media sosial serta platform *e-commerce* Tokopedia. Menghadapi tantangan rendahnya visibilitas merek secara digital, penelitian ini melibatkan pembuatan akun di Instagram dan Facebook, serta pengaktifan kembali akun Tokopedia yang tidak aktif. Konten berkualitas yang informatif dan menarik dirancang dan dipublikasikan untuk memperkuat interaksi pelanggan dan memperluas jangkauan pasar. Hasil implementasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut, tingkat keterlibatan audiens, dan visibilitas produk, yang terlihat dari data jangkauan dan interaksi di setiap platform. Temuan ini mengindikasikan bahwa dengan pendekatan digital yang efektif, PT Ng Tech Supplies dapat lebih mudah menjangkau audiens yang lebih luas, memperkuat citra merek, dan mendukung pertumbuhan bisnis dalam lingkungan pemasaran yang kompetitif.

**Kata kunci:** *Brand Awareness, Digital Marketing, Media Sosial, E-commerce, PT Ng Tech Supplies*

## Abstract

This research aims to enhance PT Ng Tech Supplies brand awareness through a digital marketing strategy focused on the activation and optimization of social media accounts and the Tokopedia e-commerce platform. Facing the challenge of low digital brand visibility, the research involves creating accounts on Instagram and Facebook, as well as reactivating an inactive Tokopedia account. High-quality, informative, and engaging content is designed and published to strengthen customer interaction and expand market reach. The implementation results show a significant increase in follower count, audience engagement, and product visibility, as indicated by reach and interaction data on each platform. These findings suggest that with an effective digital approach, PT Ng Tech Supplies can more easily reach a broader audience, strengthen brand image, and support business growth in a competitive marketing environment.

**Keywords:** *Brand Awareness, Digital Marketing, Social Media, E-commerce, PT Ng Tech Supplies*

## PENDAHULUAN

PT. NG Tech Supplies, sebuah perusahaan pemasok manufaktur yang berdiri sejak tahun 2002, telah membangun reputasi sebagai penyedia produk impor berkualitas tinggi. Berlokasi di Komplek Sakura Anpan, Lubuk Baja, Batam, perusahaan ini dikenal sebagai distributor resmi produk-produk seperti Denjet, Maximator, CKD, dan Nachi. Dengan komitmen terhadap kualitas, PT. NG Tech Supplies berhasil menjaga kepercayaan pelanggan melalui produk yang memenuhi standar tinggi. Namun, di tengah persaingan industri yang semakin ketat, perusahaan menghadapi tantangan dalam mengadopsi strategi pemasaran modern berbasis digital.

Di era digital yang semakin maju ini, peran media sosial dan platform *e-commerce* sangat signifikan dalam mendukung operasional dan strategi pemasaran perusahaan. Media sosial dan platform *e-commerce*, seperti Tokopedia, Facebook, dan Instagram, menjadi alat yang efektif untuk menjangkau pelanggan lebih luas, meningkatkan interaksi, dan membangun *brand awareness*. Menurut Ardila & Christiarini (2022), *brand awareness* mengacu pada sejauh mana suatu merek atau produk dapat muncul di benak konsumen saat mereka memikirkan produk

tertentu. Hal ini juga mencerminkan tingkat pengenalan dan ingatan konsumen terhadap merek tersebut. *Brand awareness* adalah sejauh mana konsumen mengenal atau mengingat suatu merek dalam konteks tertentu (Setyahardi & Simanora, 2023). Menurut Yuwono & Bhuan (2024), keberhasilan suatu usaha dapat diukur dari kemampuan usaha tersebut dalam mempromosikan produknya dan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam dunia pemasaran, peningkatan *brand awareness* sangat penting untuk memperkuat posisi merek di pasar, membangun loyalitas pelanggan, dan mendorong keputusan pembelian. Memiliki *brand awareness* yang kuat memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, mengurangi biaya pemasaran, dan meningkatkan efektivitas promosi (Fizka et al., 2023).

Proyek ini bertujuan untuk membangun kesadaran merek untuk PT. NG Tech Supplies melalui pembuatan akun media sosial di Instagram, Facebook, dan Tokopedia. Dengan kegiatan kerja praktek ini, penulis berharap strategi yang dirancang dapat memperluas jangkauan merek, meningkatkan jumlah pelanggan, dan mendorong peningkatan omset penjualan perusahaan dibandingkan dengan periode sebelumnya.

Pertumbuhan internet dan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan berkomunikasi dengan pelanggan. Media sosial telah menjadi saluran utama untuk mempromosikan produk dan layanan, membangun komunitas, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan (Lady et al., 2023). Menurut data dari Simon (2024), pengguna media sosial global telah mencapai 5.61 miliar orang, dengan pertumbuhan yang signifikan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan pentingnya bagi perusahaan untuk memiliki kehadiran digital yang kuat guna mengoptimalkan strategi pemasaran mereka.

Meskipun telah memiliki fondasi bisnis yang kuat, strategi pemasaran PT. NG Tech Supplies masih bergantung pada metode konvensional seperti penjualan langsung. Kehadiran digital perusahaan di platform *e-commerce* dan media sosial belum dimanfaatkan secara optimal, seperti terlihat dari akun Tokopedia yang tidak aktif dan absennya interaksi di platform populer lainnya seperti Instagram dan Facebook. Padahal, kehadiran di media sosial dan *e-commerce* berpotensi untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan *brand awareness*, serta mendorong pertumbuhan bisnis yang lebih signifikan.

Namun, PT. NG Tech Supplies menghadapi beberapa tantangan dalam memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* secara efektif. Salah satu masalah utama adalah ketidakaktifan akun Tokopedia perusahaan yang telah lama tidak dikelola. Akibatnya, PT. NG Tech Supplies kehilangan peluang untuk mempromosikan produk, berinteraksi dengan pelanggan, dan mendapatkan umpan balik yang berharga. Kehadiran yang tidak aktif ini juga menghambat perusahaan dalam memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh Tokopedia, seperti promo diskon, iklan berbayar, dan ulasan produk, yang dapat meningkatkan penjualan dan visibilitas produk di platform tersebut.

Menurut Stacy (2024), 54% konsumen menggunakan media sosial untuk mencari informasi produk sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, tanpa konten yang menarik dan informatif, perusahaan kesulitan menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan *engagement*. *Digital marketing* adalah strategi pemasaran yang menggunakan platform digital seperti media sosial, *website*, email, dan *e-commerce* untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif (Alamsyah & Hasan, 2022). Menurut Hasan & Chang (2024), *digital marketing* merupakan kegiatan promosi yang dilakukan secara *online* melalui media digital, yang memfasilitasi interaksi langsung antara pemilik usaha dan pelanggan, mulai dari proses pemesanan, konsultasi produk, hingga transaksi pembelian. *Digital marketing* semakin penting dalam strategi bisnis global karena efisiensinya dalam mencapai target audiens dan meningkatkan konversi penjualan. *Digital marketing* yang terintegrasi mencakup pengelolaan media sosial yang aktif, konten yang kreatif dan informatif, serta penggunaan analitik data untuk mengukur efektivitas kampanye dan menyesuaikan strategi pemasaran sesuai kebutuhan pasar (Meltwater, 2023).

Untuk itu, penting bagi PT. NG Tech Supplies untuk merancang dan mengimplementasikan strategi *digital marketing* yang komprehensif. Langkah-langkah seperti mengaktifkan kembali akun *e-commerce*, membangun kehadiran di media sosial, serta menciptakan konten yang relevan dan menarik dapat meningkatkan *brand awareness* perusahaan. Strategi ini tidak hanya akan

memperluas jangkauan pasar tetapi juga mendukung pertumbuhan penjualan secara berkelanjutan.

Melalui pendekatan yang terstruktur, termasuk perencanaan anggaran dan analisis konten pemasaran, perusahaan dapat memanfaatkan potensi digital untuk mencapai visibilitas yang lebih besar di pasar. Dengan fokus pada pengembangan *brand awareness*, PT. NG Tech Supplies dapat memperkuat posisinya di industri, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan daya saing di tengah dinamika pasar yang terus berubah. Proyek ini diharapkan menjadi langkah awal transformasi digital perusahaan yang berkelanjutan.

## METODE

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam Praktek Kerja di PT NG Tech Supplies melibatkan kombinasi observasi dan wawancara mendalam. Observasi dilakukan untuk memahami langsung proses operasional di toko, termasuk interaksi antara karyawan dan pelanggan serta cara menangani transaksi. Sementara itu, wawancara bertujuan menggali informasi tentang strategi promosi, terutama dalam penggunaan media sosial untuk meningkatkan penjualan dan keterlibatan pelanggan. Dengan kombinasi metode ini, diperoleh pemahaman komprehensif tentang dinamika bisnis dan strategi pemasaran yang diterapkan.

Proses perancangan untuk menerapkan strategi bisnis berbasis media sosial di perusahaan ini dilakukan dalam beberapa tahap. Langkah pertama adalah survei lapangan untuk menentukan lokasi praktik dan memilih PT NG Tech Supplies sebagai mitra kerja karena potensinya dalam mengembangkan media sosial. Penulis kemudian mengidentifikasi tantangan bisnis yang ada dan merancang strategi untuk mengatasinya. Tahapan ini dilanjutkan dengan pembuatan akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tokopedia serta membantu perusahaan mempublikasikan konten informatif. Selain itu, pemilik toko juga dibekali panduan berinteraksi secara efektif dengan pelanggan di platform digital guna meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pelanggan.

Pelaksanaan kerja praktik terdiri dari tiga fase utama: persiapan, pelaksanaan, dan penilaian. Dalam fase persiapan, penulis mencari lokasi yang sesuai dan mendapatkan izin dari pemilik perusahaan untuk melaksanakan praktik. Pada fase pelaksanaan, berbagai aktivitas dilakukan, termasuk pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, pengembangan media sosial dan *e-commerce*, serta pelatihan kepada pemilik untuk memanfaatkan platform digital secara optimal. Semua kegiatan ini diawasi dan disesuaikan dengan kebutuhan spesifik perusahaan.

Tahap akhir adalah penilaian dan pelaporan, di mana penulis menyusun laporan praktik kerja berdasarkan data yang dikumpulkan. Evaluasi dilakukan bersama pemilik perusahaan dan dosen pembimbing untuk memastikan keberhasilan implementasi strategi. Hasil evaluasi tersebut kemudian dirangkum dalam laporan yang diserahkan sebagai dokumen resmi untuk memenuhi persyaratan akademik. Proses ini tidak hanya membantu PT NG Tech Supplies dalam meningkatkan operasional bisnisnya tetapi juga memberikan pengalaman praktis bagi penulis dalam menerapkan teori ke dalam dunia nyata.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

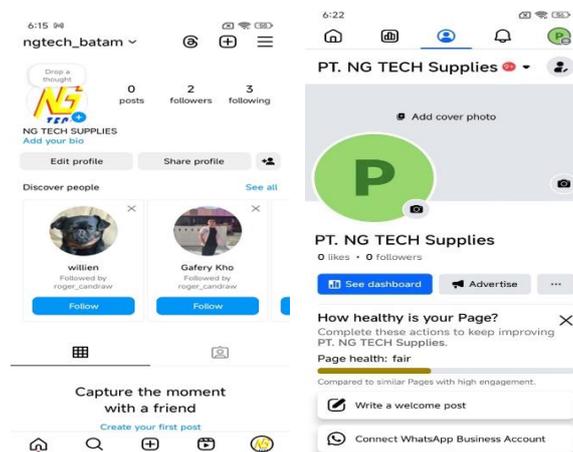
Penelitian ini berlangsung selama empat bulan, dari September hingga Desember, dan mengidentifikasi beberapa masalah terkait *brand awareness* di PT NG Tech Supplies. Perusahaan belum memiliki kehadiran di media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta belum aktif di platform *e-commerce*. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, peneliti merekomendasikan beberapa langkah strategis. Pertama, PT NG Tech Supplies disarankan membuat akun media sosial di Instagram dan Facebook untuk meningkatkan visibilitas dan pemasaran dengan biaya efisien. Media sosial dapat digunakan untuk membagikan informasi produk, promosi, dan konten menarik, sekaligus memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui interaksi langsung. Kedua, peneliti mengusulkan pembuatan konten berkualitas yang informatif dan menarik untuk membangun *brand awareness*, meningkatkan daya tarik pelanggan, serta memperkuat keunikan merek. Konten akan dilengkapi dengan deskripsi menarik, nomor kontak, dan alamat usaha untuk memudahkan pelanggan. Ketiga, pengaktifan kembali akun *e-commerce* di Tokopedia juga

menjadi prioritas, dengan menambahkan produk yang dilengkapi deskripsi jelas, gambar berkualitas, dan harga kompetitif. Langkah ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta mempermudah pelanggan dalam berbelanja secara *online*.

### Proses Implementasi Luaran

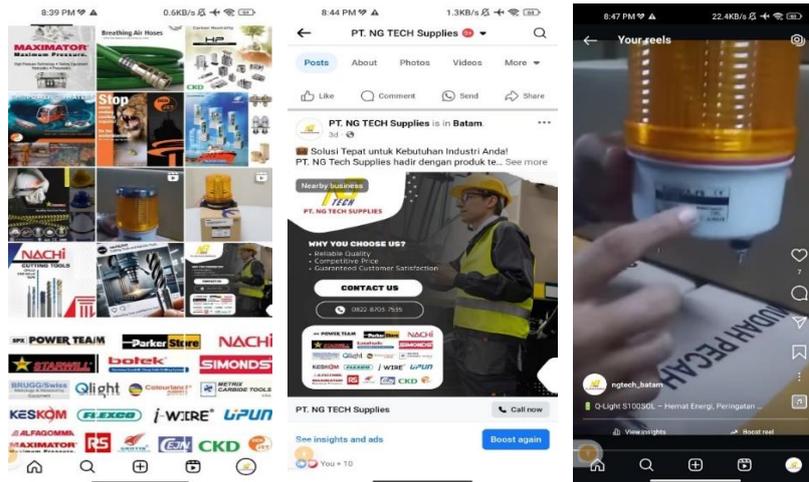
Di era digital saat ini, kehadiran di dunia *online* menjadi salah satu kunci keberhasilan bagi perusahaan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Media sosial, khususnya, telah menjadi alat yang sangat efektif untuk memperkenalkan produk dan layanan, membangun hubungan dengan pelanggan, serta memperkuat citra merek. Melihat potensi besar ini, PT NG Tech Supplies menyadari perlunya adaptasi terhadap tren digital agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif, terutama di kota Batam yang merupakan salah satu pusat perdagangan penting.

Sebagai bagian dari upaya ini, penulis telah membantu dalam pembuatan akun media sosial Instagram dan Facebook untuk PT NG Tech Supplies. Kehadiran perusahaan di platform ini memungkinkan konsumen, khususnya di kota Batam, untuk dengan mudah menemukan informasi terkait produk, layanan, dan promosi yang ditawarkan. Langkah ini tidak hanya meningkatkan visibilitas perusahaan secara online, tetapi juga membuka peluang baru untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan memperluas pasar. Dengan desain konten yang menarik dan informatif, kehadiran PT NG Tech Supplies di media sosial diharapkan dapat menjadi salah satu langkah strategis dalam membangun kesadaran merek yang lebih kuat.



**Gambar 1. Profil Akun Facebook dan Instagram PT Ng Tech Supplies**

Pada tahap ini, penulis telah menyiapkan beberapa konten dan poster informatif yang dirancang secara khusus untuk dipublikasikan di akun media sosial PT NG Tech Supplies. Konten-konten ini dirancang tidak hanya untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan tetapi juga untuk menciptakan daya tarik visual yang dapat menarik perhatian audiens. Dengan menyampaikan informasi yang relevan, menarik, dan mudah dipahami, langkah ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek serta menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui strategi ini, PT NG Tech Supplies diharapkan dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan, membangun kepercayaan, dan memperluas jangkauan pemasaran secara signifikan. Konten yang konsisten dan berkualitas juga akan membantu perusahaan untuk menonjol di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.



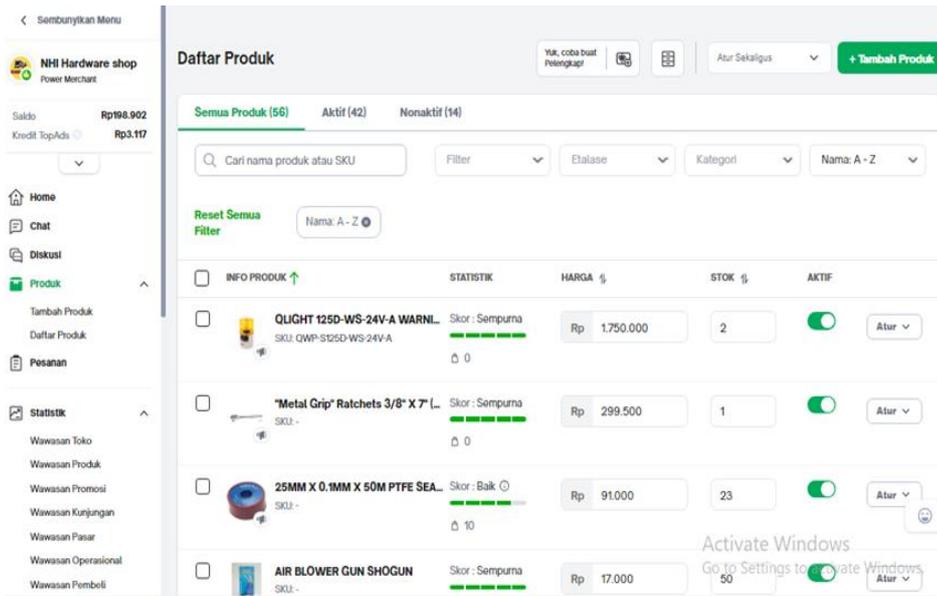
Gambar 2. Konten Postingan pada Facebook dan Instagram

Selain itu, penulis juga telah membantu dalam pembuatan Linktree untuk PT NG Tech Supplies. Linktree ini memungkinkan pelanggan untuk dengan mudah mengakses berbagai platform digital perusahaan, termasuk *e-commerce*, media sosial, dan kontak resmi, melalui satu tautan terintegrasi. Kehadiran Linktree di akun media sosial tidak hanya mempermudah interaksi dengan pelanggan tetapi juga meningkatkan kenyamanan mereka dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan.



Gambar 3. Linktree PT Ng Tech Supplies

Dalam proses implementasi ini, penulis juga telah mengaktifkan akun *e-commerce* PT NG Tech Supplies di Tokopedia. Setelah akun diaktifkan, penulis menambahkan sejumlah produk ke dalam platform dengan deskripsi yang jelas, menarik, dan dilengkapi dengan gambar berkualitas tinggi. Langkah ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar PT NG Tech Supplies, memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian secara *online*, serta menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan profesional. Selain itu, kategori produk diatur dengan rapi untuk memudahkan pencarian pelanggan, dan informasi seperti harga serta ketersediaan stok diperbarui secara berkala guna menjaga kepercayaan pelanggan. Dengan hadirnya toko di Tokopedia, perusahaan dapat lebih mudah diakses oleh konsumen di berbagai wilayah, termasuk luar kota Batam, sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan secara signifikan dan memperkuat eksistensi perusahaan di pasar digital.

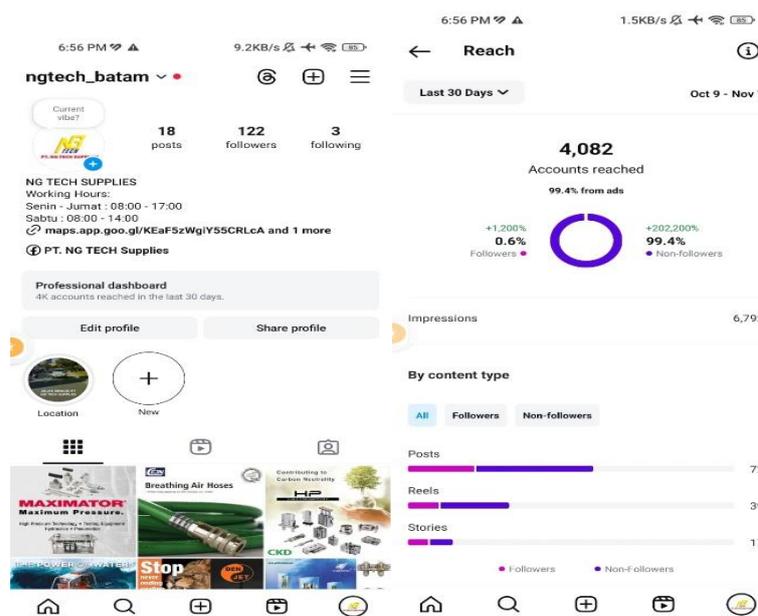


Gambar 4. Profil Akun dan Produk Tokopedia PT Ng Tech Supplies

### Kondisi Setelah Implementasi

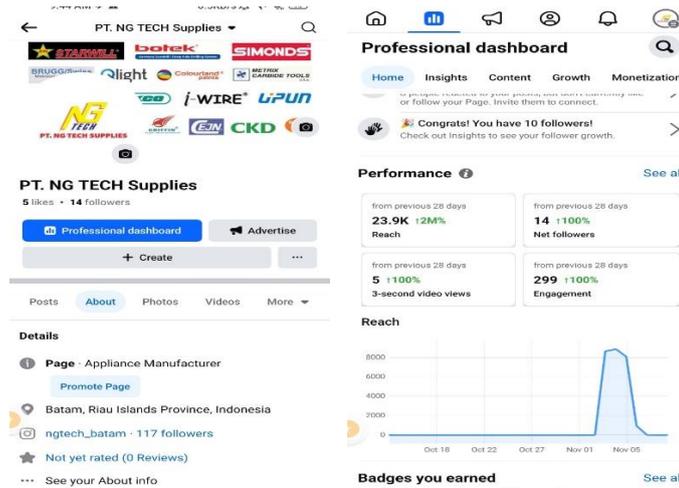
Setelah implementasi dilakukan, hasil yang dicapai menunjukkan dampak positif terhadap kehadiran digital PT NG Tech Supplies. Kehadiran perusahaan di media sosial tidak hanya memudahkan pelanggan untuk menemukan dan berinteraksi dengan perusahaan, tetapi juga membuka peluang baru untuk memperluas pasar. Media sosial telah menjadi saluran komunikasi yang efektif, memungkinkan pelanggan mendapatkan informasi secara langsung dan cepat.

Akun Instagram dan Facebook PT NG Tech Supplies kini mempermudah interaksi dengan pelanggan, dengan konten menarik dan berkualitas yang berhasil menarik perhatian calon pelanggan serta memperkuat citra perusahaan di dunia digital. Saat ini, akun Instagram PT NG Tech Supplies memiliki 122 pengikut, dengan aktivitas dan keterlibatan pengguna yang terus meningkat. Dalam 30 hari terakhir, akun ini berhasil menjangkau 4,082 akun, di mana 99,4% di antaranya merupakan non-pengikut yang dicapai melalui iklan, memperluas cakupan pasar potensial. Dengan total impresi mencapai 6,792, konten unggahan seperti postingan, reels, dan stories menunjukkan performa yang menjanjikan, masing-masing mendapatkan 72, 39, dan 17 kali dilihat.



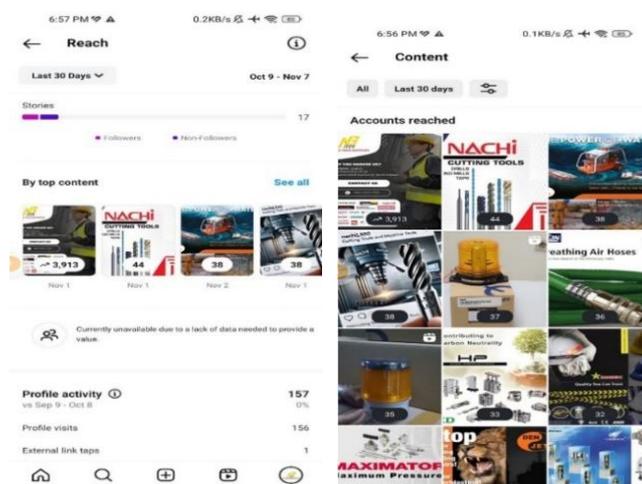
Gambar 5. Insight Akun Instagram PT Ng Tech Supplies

Selanjutnya hasil implementasi strategi pemasaran digital pada akun Facebook PT NG Tech Supplies menunjukkan peningkatan yang signifikan sejak akun tersebut dibuat. Dalam periode ini, akun yang sebelumnya belum memiliki pengikut kini berhasil menarik 14 pengikut baru, dengan jangkauan mencapai 23.900 dan tingkat keterlibatan sebesar 299. Pencapaian ini menunjukkan bahwa langkah awal pemasaran digital yang diambil telah efektif dalam menarik audiens yang lebih luas dan membangun interaksi positif melalui konten yang disajikan. Peningkatan ini tidak hanya mencerminkan keberhasilan strategi yang diterapkan, tetapi juga membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut dalam meningkatkan visibilitas dan keterlibatan dengan pelanggan di platform media sosial. Dengan terus memperkuat konten dan interaksi, PT NG Tech Supplies dapat memperluas pasar dan memperkokoh posisi mereknya di dunia digital.



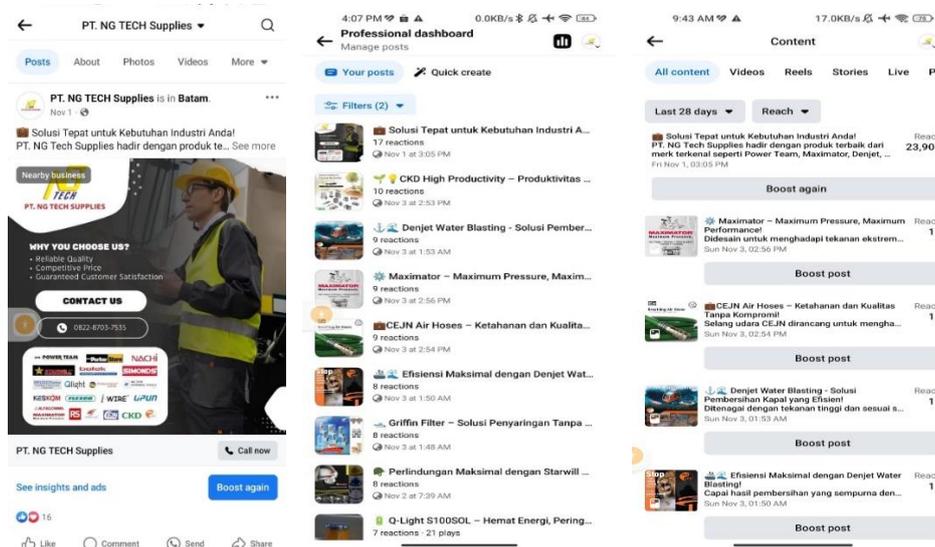
Gambar 6. *Insight* Akun Facebook PT Ng Tech Supplies

Hasil dari upaya implementasi ini tercermin dalam peningkatan signifikan pada jumlah likes dan interaksi di setiap postingan di Instagram dan Facebook, yang menunjukkan apresiasi pelanggan terhadap konten yang disajikan. Data jangkauan akun yang menunjukkan lebih dari 3.900 akun yang terjangkau, serta peningkatan aktivitas profil dengan 157 kunjungan profil dalam 30 hari terakhir, memperlihatkan bahwa konten berkualitas ini berhasil memperluas audiens dan memperkuat visibilitas perusahaan. Dengan hasil ini, PT NG Tech Supplies semakin memantapkan posisinya di dunia digital, membuka peluang lebih besar untuk menjalin hubungan lebih erat dengan pelanggan dan meningkatkan penjualan di masa mendatang.



Gambar 7. Jumlah *Likes* Konten PT Ng Tech Supplies di Instagram

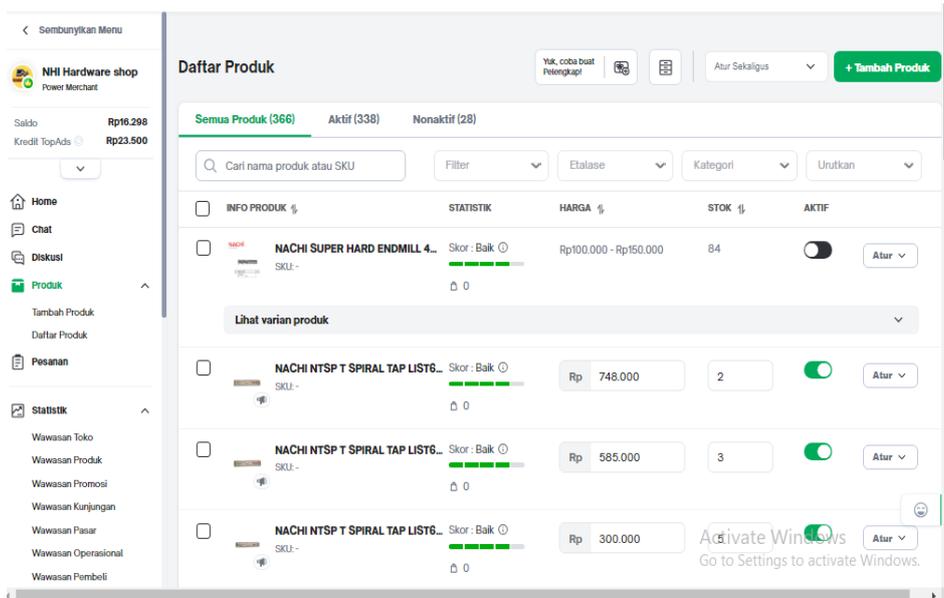
Setelah implementasi konten di akun Facebook PT. NG Tech Supplies, terdapat peningkatan interaksi signifikan. Postingan "Solusi Tepat untuk Kebutuhan Industri Anda!" mencapai 23.903 jangkauan dan memperoleh 16 likes. Selain itu, konten lain seperti "CKD High Productivity," "Denjet Water Blasting," dan "Maximator - Maximum Pressure" masing-masing mendapatkan 10, 9, dan 9 reaksi. Hasil ini menunjukkan bahwa konten ini juga menarik perhatian audiens dan meningkatkan *engagement* di halaman Facebook PT. NG Tech Supplies.



Gambar 8. Jumlah *Likes* Konten PT Ng Tech Supplies di Facebook

Akun Tokopedia PT NG Tech Supplies telah mengalami peningkatan signifikan, mencerminkan dampak positif dari strategi pemasaran digital yang diterapkan. Jumlah produk yang ditawarkan naik drastis dari 56 menjadi 366 item, menunjukkan ekspansi yang signifikan dalam portofolio produk. Dalam 30 hari terakhir, sebanyak 230 produk berhasil menarik perhatian pengunjung, meskipun baru ada 4 pesanan yang masuk. Meskipun demikian, hal ini menunjukkan bahwa produk-produk tersebut berhasil menarik minat konsumen, yang membuka peluang untuk peningkatan penjualan lebih lanjut.

Pengelolaan produk kini lebih terstruktur dan efisien, dengan 338 produk aktif dan 28 produk nonaktif yang dilengkapi dengan informasi lengkap seperti skor performa, harga, dan jumlah stok. Sebagai contoh, produk NACHI SUPER HARD END MILL dijual dengan harga antara Rp100.000 - Rp150.000 dan memiliki stok sebanyak 84 unit. Tampilan yang lebih terorganisir ini mempermudah manajemen inventori, memungkinkan PT NG Tech Supplies merespons permintaan pasar dengan lebih cepat dan tepat. Selain itu, peningkatan visibilitas produk yang diminati, serta informasi yang lebih jelas, berkontribusi pada pengalaman belanja yang lebih optimal bagi konsumen di Tokopedia. Ke depannya, peningkatan performa dan responsivitas ini diharapkan dapat mendukung PT NG Tech Supplies untuk meraih lebih banyak pesanan dan memperluas pangsa pasar di platform *e-commerce* tersebut.



Gambar 9. Profil dan Produk Tokopedia Setelah Implementasi



Gambar 10. Insight Akun Tokopedia PT Ng Tech Supplies

## SIMPULAN

Implementasi digital marketing di PT NG Tech Supplies berhasil meningkatkan *brand awareness* dan keterlibatan pelanggan melalui media sosial serta platform *e-commerce*. Strategi konten terarah dan pengelolaan akun Tokopedia yang aktif mempermudah transaksi pelanggan sekaligus memperkuat posisi merek. Meski demikian, fitur promosi di Tokopedia belum sepenuhnya dimanfaatkan, sehingga peluang peningkatan konversi penjualan masih terbuka. Untuk menjaga dan meningkatkan performa, perusahaan disarankan konsisten mengembangkan konten berkualitas, memaksimalkan fitur *e-commerce* seperti diskon dan iklan berbayar, serta rutin mengevaluasi strategi berdasarkan data keterlibatan pelanggan. Langkah ini diharapkan memperkuat loyalitas pelanggan, meningkatkan daya saing, dan mendorong pertumbuhan bisnis berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A. R., & Hasan, G. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing dan Promotion Mix Pada UMKM Berry Catszone Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(4). <https://doi.org/10.54099/jpm.v1i4.370>
- Ardila, & Christiarini, R. (2022). *Pengembangan Usaha B&W Collection Melalui Brand Awareness*. 3(2), 1185–1196.
- Fizka, A., Miskiyya, Z., & Purwanto, E. (2023). Penerapan Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Sepatu Kulit Provillo Application of Digital Marketing in Building Brand Awareness of Provillo Leather Shoes. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 2(1), 86–95. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i1.414>
- Hasan, G., & Chang, J. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada UMKM Sari Laut KPK di Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 366–374. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2502>
- Lady, Hasan, G., Winson, Tyana, Frentyo, & Febby. (2023). Upaya Optimalisasi Pemasaran Secara Digital pada UMKM Hi-Five Detailing dan Coating Batam. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 2023–2054.
- Meltwater. (2023). *Digital Marketing Trends and Strategies for 2023*. <https://www.meltwater.com/en/2023-global-digital-trends>
- Setyahardi, P. B., & Simanora, V. (2023). UPAYA UMKM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PRODUK BARU MELALUI DIGITAL MARKETING. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(4), 2238–2248. <https://doi.org/https://doi.org/10.52644/joeb.v12i4.299>
- Simon, K. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Stacy. (2024). *Social media - statistics & facts*. Statista. <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/#topicOverview>
- Yuwono, W., & Bhuan, S. (2024). Penerapan Digital Marketing dan Sales Promotion pada UMKM Mie Kampung Bagansiapi Api. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi Indonesia*, 1(2), 85–90. <https://doi.org/10.54082/jpmii.294>