

MODUL PENGABDIAN MASYARAKAT

**“PELATIHAN PENGGUNAAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE*
DAN APLIKASI CANVA UNTUK KEGIATAN PROMOSI DI
RA DAARUL FIKRI BOJONGGEDE BOGOR”**



Disusun oleh:

Lady Diana Warpidyastuti, MM	(0406108103)
Nanang Lidwan, S.S.I., M,Ag.	(0325107902)
Hieronimus Erwin Indrawan, ,MM.	(0326067703)
Megaharti, S.Pd. MM.	(0318038802)
Clara Hellen Veronica Naibaho	(63241443)
Syahira Putri Aprilia	(63241364)

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Daftar Isi.....	ii
I. Promosi.....	3
II. Pemasaran Digital.....	9
III. Bisnis Digital	14
IV. Teknologi Artificial Intelligence.....	22
V. Membuat Konten Promosi di Aplikasi Canva.....	26
Penutup	29
Daftar Pustaka.....	30

I. PROMOSI

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan meyakinkan kepada calon konsumen tentang barang dan jasa, dengan tujuan memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.(1)

Tujuan promosi menurut Tjiptono adalah:(2)

1. Menginformasikan (*informing*)

Memberi tahu konsumen tentang produk baru, keunggulan, atau manfaatnya untuk menimbulkan minat.

2. Mempengaruhi dan membujuk (*persuading*)

Mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dengan menciptakan kesan positif tentang produk, mendorong pembelian saat itu juga, atau mengalihkan pilihan mereka ke merek tertentu.

3. Mengingatnkan pelanggan (*reminding*)

Mempertahankan merek di benak konsumen agar mereka terus melakukan pembelian ulang dan tetap loyal terhadap produk.

Menurut Boone dan Krutz, promosi dibagi menjadi tiga macam, yaitu: (3)

1. Iklan (*Advertising*)

Iklan adalah segala komunikasi nonpersonal berbayar melalui berbagai media tentang perusahaan bisnis, organisasi nirlaba, produk, atau ide oleh sponsor yang diidentifikasi dalam pesan yang dimaksudkan untuk memberi informasi, membujuk, atau mengingatkan anggota audiensi tertentu.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah, untuk menarik nasabah untuk membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi penjualan mencakup pajangan, pameran dagang, kupon, kontes, sampel, produk, dan berbagai upaya penjualan yang tidak berulang dan tidak teratur.

3. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi dapat didefinisikan sebagai kegiatan presentasi promosi dilakukan atas dasar orang ke orang dengan pembeli. Bentuk promosi ini dilakukan dengan tatap muka, melalui telepon, melalui konferensi video, atau melalui tautan komputer interaktif antara pembeli dan penjual.

Manfaat utama promosi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- **Meningkatkan kesadaran merek:**

Membantu audiens yang lebih luas mengenal produk atau layanan Anda, terutama bagi produk baru.

- **Meningkatkan penjualan:**

Mendorong minat beli konsumen dan secara langsung meningkatkan volume penjualan produk.

- **Membangun loyalitas pelanggan:**

Mempertahankan pelanggan lama dengan memberikan program loyalitas, diskon spesial, atau penawaran eksklusif, sehingga meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali berbelanja.

- **Membantu menghabiskan stok:**

Mempercepat penjualan produk atau stok berlebih melalui penawaran khusus.

- **Memberikan informasi:**

Memberikan informasi yang dibutuhkan calon pelanggan tentang produk atau layanan.

- **Membedakan produk:**

Membantu menonjolkan keunikan produk Anda dibandingkan dengan produk pesaing.

- **Meningkatkan nilai bisnis:**

Menciptakan citra positif bagi bisnis, misalnya dengan program

promosi yang berorientasi sosial atau lingkungan.

- **Mendapatkan umpan balik:**

Mendorong pelanggan untuk memberikan umpan balik mengenai pengalaman mereka dengan produk atau layanan perusahaan.

Teori promosi juga mencakup berbagai alat yang dapat digunakan untuk mencapai tujuannya, yang dikenal sebagai bauran promosi. Komponen utamanya meliputi:

- **Periklanan (Advertising)**

Penyampaian pesan secara non-personal yang memerlukan biaya, seperti iklan di televisi, radio, atau media cetak.



- **Penjualan Tatap Muka (Personal Selling)**

Interaksi langsung antara penjual dan calon pembeli untuk mempresentasikan produk atau jasa.



- **Promosi Penjualan (Sales Promotion)**

Program insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian, seperti diskon atau kupon.



- **Hubungan Masyarakat (Publicity/Public Relations)**

Upaya membangun citra dan hubungan baik perusahaan dengan publik.



II. PEMASARAN DIGITAL

Kotler dan Keller mendefinisikan digital marketing sebagai aktivitas promosi yang dilakukan untuk sebuah brand atau produk menggunakan media elektronik (digital).

Bentuk-bentuk digital marketing yang bisa kita temui adalah sebagai berikut: (4)

- **Konten Pemasaran**

Konten Pemasaran merupakan salah satu jenis dari Digital Marketing, dimana pada jenis ini lebih memfokuskan pada pembuatan dan pemasaran dari konten yang telah dibuatnya kepada pasar yang telah dijadikan sasaran. Jenis ini bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari pembeli-pembeli yang telah mempunyai potensi. Salah satu contoh yang termasuk digital marketing jenis ini yaitu blog.

- ***Search Engine Optimization (SEO):***

Praktik untuk meningkatkan peringkat situs web di hasil pencarian organik (tidak berbayar) seperti Google.



- ***Search Engine Marketing (SEM):***

Teknik pemasaran melalui mesin pencari yang seringkali melibatkan iklan berbayar (seperti [Google Ads](#)) untuk mendapatkan visibilitas instan.

- ***Pemasaran Media Sosial/ Social Media Marketing (SMM)***

Social Media Marketing (SMM) sebuah strategi pemasaran yang menarik konsumen dengan cara memanfaatkan berkembangnya media sosial. Pada media ini dapat mendengarkan keluhan pendengar, memulai percakapan, dan dapat memberikan berbagai informasi kepada pelanggan. SMM menggunakan platform media sosial (seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok) untuk promosi, interaksi dengan audiens, dan membangun merek.



- **Pemasaran Konten**

Membuat dan mendistribusikan konten yang berharga dan relevan, seperti artikel blog, video, infografis, podcast, dan e-book, untuk menarik dan mempertahankan audiens.

- **Pemasaran Email**

Mengirimkan pesan langsung melalui email untuk membina hubungan dengan pelanggan yang sudah ada, memberikan informasi, dan mendorong penjualan.

- **Pemasaran Afiliasi atau Kerja Sama Pemasaran**

Pada metode ini merupakan metode dimana sebagian penghasilan usahanya berasal dari bisnis yang dilakukan secara online. Keuntungan dari metode ini yaitu ketika para pebisnis yang berhasil menggunakan metode ini mampu mendapatkan pemasukan banyak, tanpa harus bekerja ekstra. Pada metode ini pebisnis melakukan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan lain untuk

mendapatkan imbalan berupa bertambahnya total pengunjung bisnis online yang sedang dijalankan. Bermitra dengan afiliasi yang mempromosikan produk Anda dengan imbalan komisi untuk setiap penjualan atau tindakan yang berhasil.

- **Bayar per Klik (PPC)**

PPC merupakan sejenis model pemasaran seperti Google Adwords, dimana pengiklan harus membayar setiap orang yang mengunjungi Website. Model periklanan di mana pengiklan membayar setiap kali iklan mereka diklik. Ini adalah bagian dari SEM.

- **Pemasaran Seluler**

Menargetkan audiens melalui perangkat seluler, seperti melalui SMS, notifikasi aplikasi, atau iklan di aplikasi seluler.

- **Pesan Singkat Pemasaran**

Pesan Singkat Pemasaran atau dapat disebut media yang digunakan untuk mengirim pesan singkat, dimana marketing ini kebanyakan digunakan oleh orang secara global. Seperti Whatsapp, Facebook Messenger, dan WeChat.

- **Iklan Radio**

Meskipun terbilang kuna, marketing Radio ini dianggap menarik untuk perusahaan-perusahaan lokal. Untuk marketing ini pelaku bisnis harus menentukan target pasar (*Target Audience*), dengan membuat sebuah naskah yang sekiranya dapat menarik sasaran target, menyewa penyiar radio yang sudah handal dibidangnya dan harus mampu menentukan waktu yang sesuai.

- **Iklan Television**

Pada metode ini pelaku bisnis menggunakan televisi sebagai media promosi. Metode ini merupakan metode yang paling ampuh dalam mempromosikan suatu produk, dikarenakan orang-orang banyak menghabiskan waktunya dengan menonton televisi.



III. BISNIS DIGITAL

Bisnis digital adalah segala jenis usaha yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk menjalankan operasional, pemasaran, serta menawarkan produk atau layanan kepada pelanggan. Bisnis ini bisa mencakup *e-commerce*, platform *marketplace*, layanan *streaming*, dan layanan berbasis aplikasi lainnya, dengan tujuan meningkatkan efisiensi, menjangkau pasar lebih luas, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Karakteristik utama dari bisnis digital yaitu sebagai berikut:

- **Memanfaatkan teknologi:** Mengintegrasikan teknologi seperti situs web, aplikasi seluler, dan platform online dalam setiap aspek bisnis.
- **Jangkauan luas:** Memungkinkan bisnis untuk menjangkau pelanggan secara global, tidak terbatas oleh lokasi geografis.
- **Efisiensi operasional:** Mengotomatiskan proses-proses bisnis dan mengurangi biaya operasional.
- **Fleksibilitas:** Memberikan fleksibilitas yang lebih besar bagi pelaku usaha untuk menjalankan bisnisnya.

Adapun manfaat utama dari bisnis digital yang perlu diketahui yaitu:

1. Meningkatkan Pengalaman Pelanggan

Bisnis digital bikin pelanggan lebih gampang belanja atau pakai

layanan. Mulai dari proses yang cepat, tampilan yang *user-friendly*, sampai respons yang cepat dari CS, semuanya bisa meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Efisiensi Proses Kerja

Dengan sistem digital, banyak proses bisnis yang bisa otomatis. Jadi, pekerjaan yang biasanya makan waktu bisa diselesaikan lebih cepat dan rapi.

3. Mengurangi Biaya Operasional

Bisnis digital nggak butuh banyak biaya untuk sewa tempat, cetak brosur, atau stok barang di awal. Banyak hal bisa dilakukan *online*, jadi lebih hemat biaya operasional.

4. Mengembangkan Proses Pengambilan Keputusan

Data dari *website*, media sosial, atau platform penjualan bisa dianalisis untuk tahu apa yang paling diminati pelanggan. Dari situ, keputusan bisnis bisa dibuat dengan lebih tepat.

5. Punya Keunggulan Dibanding Kompetitor

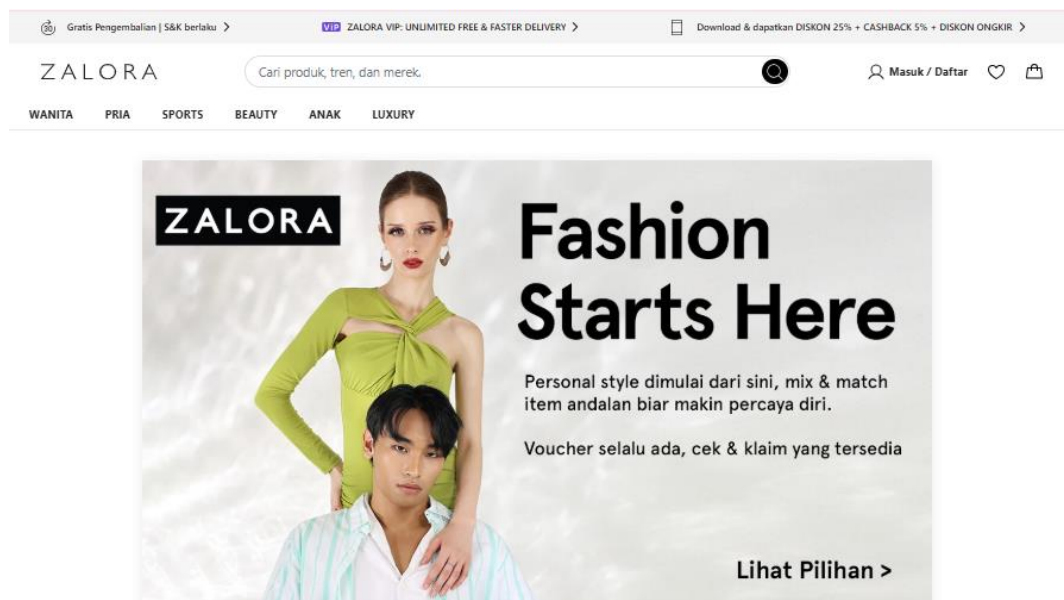
Dengan sistem yang lebih canggih dan respons cepat terhadap pasar, bisnis digital bisa lebih unggul. Apalagi kalau udah ngerti cara promosi *online* yang efektif, peluang untuk menang di pasar makin besar.

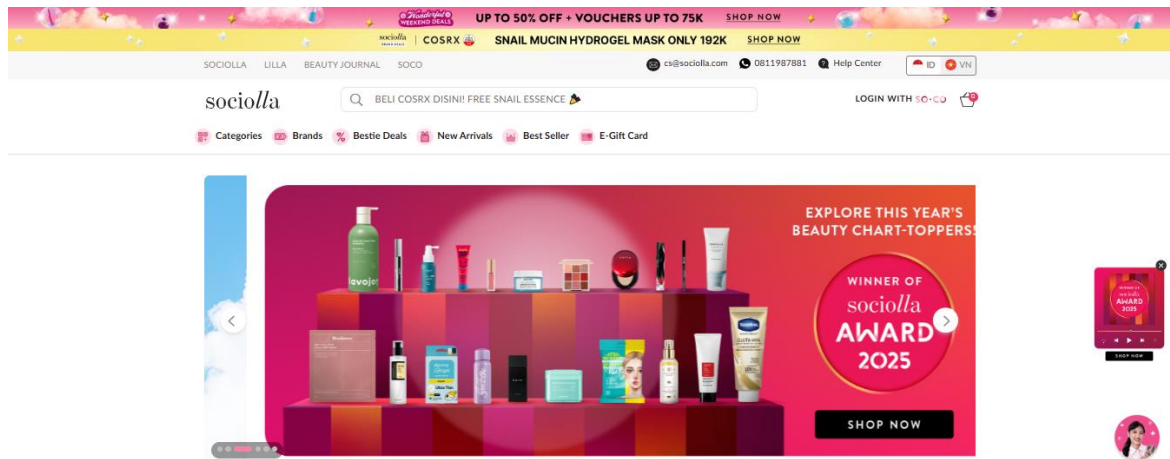
Setiap bisnis digital punya cara main yang beda-beda, tergantung bidang dan target pasarnya. Supaya lebih paham, berikut

beberapa jenis bisnis digital yang paling umum ditemui saat ini diantaranya:

1. E-commerce

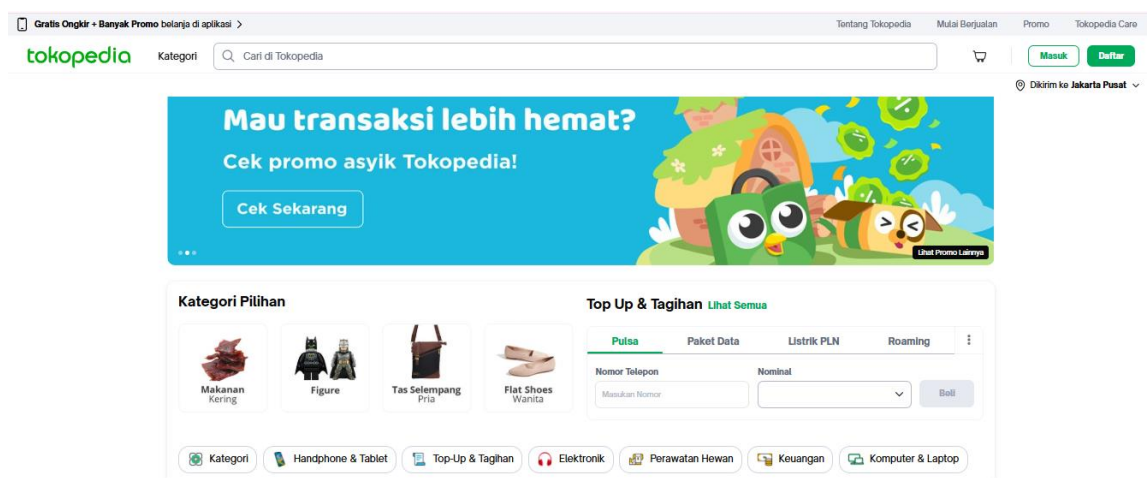
Jenis bisnis digital ini memungkinkan perusahaan menjual produknya langsung lewat *website* atau aplikasi sendiri. Artinya, perusahaan itu mengelola seluruh proses penjualan, dari produk hingga pengiriman, lewat platform mereka. Contohnya, Zalora yang menjual produk *fashion* secara langsung di situsnya tanpa lewat perantara. Ada juga Sociolla yang menawarkan produk kecantikan lewat platform mereka sendiri.

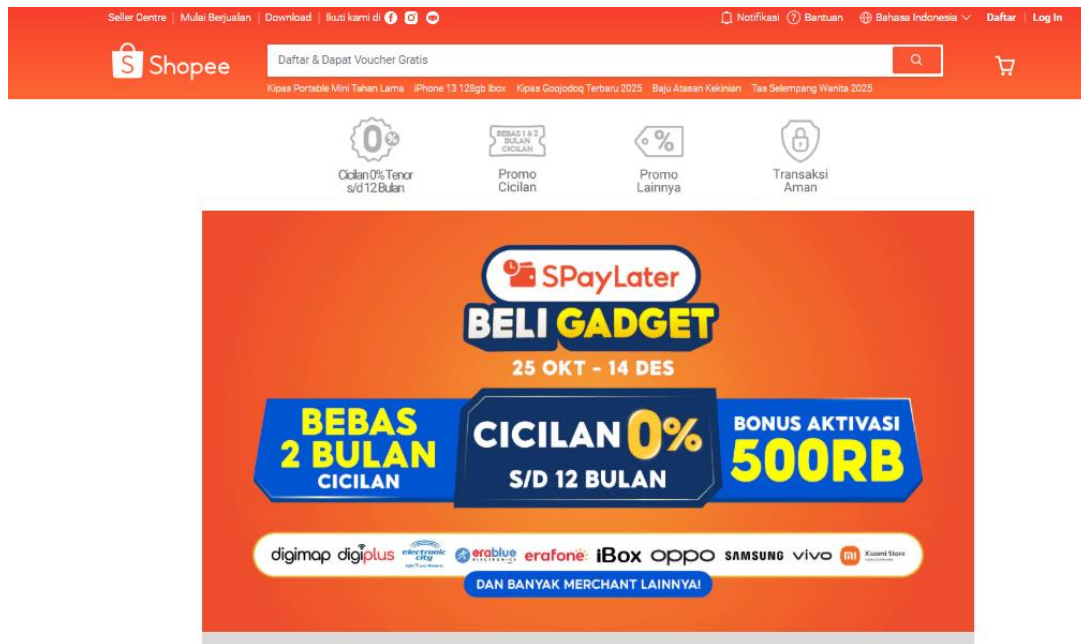




2. Marketplace

Marketplace adalah jenis bisnis digital yang menyediakan platform untuk banyak penjual menjual produk mereka dalam satu tempat. Di sini, perusahaan *marketplace* hanya bertugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Contohnya, Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee yang memungkinkan berbagai penjual membuka toko mereka di platform tersebut untuk menjual berbagai produk.





3. Subscription

Model bisnis di mana pengguna membayar biaya berlangganan untuk mendapatkan akses ke konten atau layanan digital, seperti Netflix atau Spotify.



4. Ad-Supported

Pendapatan utama model ini berasal dari iklan yang tayang di platform. Facebook dan Instagram adalah contoh paling umum karena mereka kasih layanan gratis tapi dapat duit dari *brand* yang pasang iklan.



5. Layanan Keuangan Digital

Layanan ini biasanya menjadi alat penghubung antara pebisnis dengan klien yang membutuhkan layanan profesional. Contohnya adalah PayPal, TransferWise, atau OVO yang menyediakan solusi pembayaran dan transfer uang melalui platform digital. Selain PayPal,

terdapat juga aplikasi pembayaran luar negeri dari Mekari Expense yang dapat mengirim uang secara instan untuk pembayaran vendor internasional.



6. On-demand

Model bisnis yang menyediakan layanan atau produk yang dapat diakses kapan aja sesuai kebutuhan pengguna. Contohnya kayak layanan ojek *online* atau *streaming video* yang bisa dipakai langsung saat dibutuhkan. Apapun jenis bisnis digital Anda, jangan lupa untuk mencatat keuangan secara rapih agar mudah dalam menentukan keputusan keuangan. Untuk memudahkan pencatatan keuangan bisnis, Anda dapat menggunakan software akuntansi seperti *Accurate Online* untuk otomasi laporan keuangan dan monitor kondisi keuangan secara real time.

Kelola Bisnis dengan Efektif, Accurate Solusinya!

Optimalkan manajemen bisnis Anda dengan Software Akuntansi berbasis Online yang lengkap dan terpercaya.

Gratis Konsultasi

Tanya-Tanya Dulu



IV. TEKNOLOGI *ARTIFICIAL INTELLIGENCE*

Teknologi AI (*Artificial Intelligence*) adalah sistem komputer yang dirancang untuk meniru kecerdasan manusia, memungkinkan mesin untuk belajar, bernalar, memecahkan masalah, dan membuat keputusan seperti manusia. AI bekerja dengan menganalisis data untuk mengidentifikasi pola, dan mampu melakukan tugas-tugas kompleks seperti mengenali gambar, memahami bahasa, memberikan rekomendasi, dan bahkan menciptakan konten baru melalui teknologi seperti AI generatif.

Menurut John Mc Carthy, *Artificial Intelligence* adalah untuk mengetahui dan memodelkan proses–proses berpikir manusia dan mendesain mesin agar dapat menirukan perilaku manusia. Cerdas, berarti memiliki pengetahuan ditambah pengalaman, penalaran (bagaimana membuat keputusan dan mengambil tindakan), moral yang baik.(5)

Dalam kehidupan sehari-hari contoh penerapan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) seperti berikut:

- **Asisten virtual:** Siri, Google Assistant, dan Cortana adalah contoh AI yang membantu menjalankan tugas dan menjawab pertanyaan.
- **Rekomendasi produk:** Platform belanja online menggunakan AI untuk merekomendasikan produk berdasarkan preferensi dan riwayat

penelusuran Anda.

- **Keamanan:** Fitur pengenalan wajah (face recognition) di ponsel atau kamera CCTV yang mengenali pelanggaran lalu lintas adalah contoh penggunaan AI.
- **Transportasi:** Aplikasi transportasi online menggunakan AI untuk mengelola interaksi dengan pengguna, seperti menentukan posisi pengemudi dan estimasi waktu tiba.
- **Otomatisasi rumah:** Sistem *smart home* yang mengontrol lampu, pintu, dan perangkat lain secara otomatis juga menggunakan teknologi AI.

Sedangkan dalam bisnis, teknologi *Artificial Intelligence* (AI) digunakan untuk memberikan kemudahan-kemudahan dan juga efisiensi. AI juga mendorong bisnis untuk dapat berinovasi baik dalam produknya maupun metode bisnis yang dilakukan. Beberapa contoh cara bisnis yang memanfaatkan tenaga AI:

1. Chatbot dan asisten cerdas

Chatbot dan asisten virtual yang ditenagai AI mentransformasi interaksi pelanggan dengan menghadirkan percakapan seperti manusia yang sadar konteks. *Chatbot* dan asisten virtual ini unggul dalam dukungan pelanggan, bantuan virtual, dan pembuatan konten dengan menawarkan tanggapan cerdas dan koheren untuk kueri dalam bahasa alami. Model AI ini terus belajar dan berkembang

seiring waktu sehingga memastikan pengalaman yang dipersonalisasi yang meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional.

2. Pemrosesan dokumen cerdas (IDP)

AI menyederhanakan pengambilan data penting dari format tidak terstruktur seperti email, PDF, dan gambar, yang mentransformasikannya menjadi wawasan yang dapat ditindaklanjuti. Pemrosesan Dokumen Cerdas (IDP) menggunakan teknologi canggih seperti pemrosesan bahasa alami (NLP), deep learning, dan penglihatan komputer untuk menyederhanakan alur kerja yang melibatkan banyak dokumen.

3. Pemantauan Performa Aplikasi (APM)

Pemantauan performa aplikasi berbasis AI membantu bisnis mempertahankan performa teratas dengan memprediksi dan mencegah masalah sebelum berdampak pada pengguna. Alat ini menganalisis data historis untuk merekomendasikan solusi proaktif, yang memastikan waktu aktif dan efisiensi operasional yang berkelanjutan.

Dalam pemasaran digital, *Artificial Intelligence* memiliki peran penting dengan menghadirkan mesin pencari yang lebih cerdas, iklan yang lebih cerdas, pengiriman konten yang disempurnakan, pemanfaatan bot, pembelajaran yang berkelanjutan, pencegahan penipuan dan pelanggaran data, pengenalan suara dan gambar, prediksi penjualan,

pengenalan bahasa, layanan pelanggan prediktif, dan segmentasi pelanggan. (6)

V. MEMBUAT KONTEN PROMOSI DI APLIKASI CANVA

Canva adalah desain grafis daring yang populer dan mudah digunakan untuk membuat berbagai konten visual, seperti postingan media sosial, presentasi, poster, dokumen, dan video. Aplikasi ini menyediakan ribuan template gratis dan fitur berbasis AI (*Artificial Intelligence*) yang memudahkan pemula maupun profesional untuk mendesain secara cepat tanpa keahlian teknis tinggi.

Berikut adalah beberapa keunggulan fitur-fitur yang ada pada aplikasi Canva:

1. Kemudahan Penggunaan: Antarmuka *drag-and-drop* (seret dan lepas) membuat desain lebih intuitif.
2. Template Beragam: Tersedia lebih dari 250.000 template gratis untuk berbagai kebutuhan (bisnis, pendidikan, konten sosial media).
3. Fitur AI & Desain: Dilengkapi fitur AI canggih seperti Tulisan Ajaib (Magic Write) dan Edit Ajaib (Magic Edit) untuk mempermudah produksi konten.
4. Kolaborasi Tim: Memungkinkan pengeditan bersama secara real-time dengan teman atau tim.
5. Aksesibilitas: Bisa digunakan melalui browser (desktop) atau aplikasi mobile (iOS/Android).
6. Jenis Desain: Dapat membuat infografis, resume, kartu nama, undangan, video, hingga desain cetak.

Dalam dunia bisnis saat ini, memerlukan kecepatan dan kemudahan dalam membuat berbagai konten untuk promosi digital bisnis mereka. Aplikasi Canva ini menjadi salah satu solusi yang dapat diambil oleh para pembuat konten (*konten creator*) dalam membuat konten-konten yang menarik untuk pemasaran digital bisnisnya. Ditambah lagi melalui bantuan AI para pembuat konten ini semakin mudah dan cepat dalam membuat konten-konten menarik sesuai dengan kebutuhan mereka. Konten yang menarik tentu saja akan membuat para calon konsumen menjadi tertarik dan penasaran dengan produk yang sedang dipromosikan.

Berikut adalah beberapa cara menggunakan AI di aplikasi Canva untuk membuat konten menarik:

1. Buka aplikasi Canva Anda:

Luncurkan Canva di browser web atau aplikasi Anda untuk mengakses fitur edit foto AI kami secara online. Pilih template atau mulai proyek desain baru dari awal.

2. Unggah foto Anda:

Unggah foto yang ingin diedit, lalu seret dan lepas ke tata letak. Gambar JPG, PNG, HEIC/HEIF, WebP, dan SVG didukung.

3. Mulai Edit Foto AI:

Klik Edit gambar untuk mengakses alat pengeditan gambar AI kami. Tambahkan elemen baru dengan Edit Ajaib, hapus objek yang tidak

diinginkan dengan Penghapus Ajaib, atau perluas gambar Anda menggunakan AI Image Expander kami. Anda juga dapat menggunakan penggeser penyesuaian sederhana untuk mengubah warna dan pencahayaan latar depan dan latar belakang gambar Anda atau tekan Sesuaikan otomatis untuk mendapatkan foto yang tajam dan bersih dalam hitungan detik.

4. Rapikan gambar Anda:

Tingkatkan foto Anda dengan filter gaya dan [efek foto](#), [tambahkan teks](#) untuk menceritakan kisah yang lebih baik, atau ubah ukuran gambar agar sesuai dengan platform media sosial yang berbeda. Anda juga dapat menjelajahi perpustakaan media kami yang luas untuk menemukan [stiker](#), [bingkai](#), [ikon](#), dan elemen grafis lainnya untuk melengkapi desain Anda.

5. Unggah foto Anda:

Bagikan foto Anda yang diedit AI langsung ke Facebook, Instagram, TikTok, dan LinkedIn. Unduh dalam berbagai jenis file, buat tautan yang dapat dibagikan, atau kirimkan ke rumah Anda sebagai cetakan, buku foto, hoodie, dan banyak lagi.

PENUTUP

Dampak Teknologi *Artificial Intelligence* dalam pemasaran digital telah mengalami peningkatan dari beberapa tahun terakhir, yang memungkinkan pemasar untuk mempersonalisasi penjualan dan strategi pemasaran digital yang melebihi ekspektasi. Penggunaan Teknologi *Artificial Intelligence* dalam pemasaran meliputi berbagai fungsi seperti peramalan penjualan, personalisasi pengalaman situs web, pengenalan suara, pembuatan konten, chatbot, dan banyak lagi. Aplikasi Canva menambah kemudahan-kemudahan dalam membuat konten yang menarik untuk pemasaran bisnis. Kolaborasi AI dan aplikasi Canva telah membuat para pembuat konten dapat membuat berbagai konten menarik sesuai dengan kebutuhan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buchari A. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta; 2019.
2. Tjiptono F. Strategi pemasaran. Yogyakarta: Yogyakarta: Penerbit Andi; 2019. Yogyakarta: Penerbit Andi.
3. Sari LI, Fauziah AN, Putri LRNA. FUNGSI, TUJUAN DAN BENTUK-BENTUK PROMOSI. J Dar El-Falah [Internet]. 2022;1(2). Available from:
<https://jurnal.stiedarulfalahmojokerto.ac.id/index.php/dar-el-falah/article/view/77>
4. Febri FY, Permatasari D, Kurniafitra II, Islamiah W. PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMKM BATIK DI KELURAHAN GEDOG KOTA BLITAR. J Transform dan Inov (Jurnal Pengabdian Masyarakat) [Internet]. 2022;2(1). Available from:
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpm/issue/view/962>
5. Lubis MSY. IMPLEMENTASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE PADA SYSTEM MANUFAKTUR TERPADU. SEMNASTEK UISU [Internet]. 2021; Available from:
<https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/semnastek/article/view/4134>
6. Agustin Y, Chaniago H, Indira H. PENGARUH DIGITAL MARKETING BERBASIS ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE. J Ilm MEA [Internet]. 2025;9(2). Available from:
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/5773>