

## **Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan Melalui Digitalisasi Dan Promosi Media Sosial Di Ginta Cargo Mataram**

**Ni Luh Putu Cening Arsa<sup>1</sup>, Satria Darmansyah<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi IESP, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Kota Mataram, Indonesia.

<sup>1</sup> arsaning925@gmail.com

<sup>2</sup> satriad@staff.unram.ac.id

### **Article Info**

Received: 11 Juni 2025

Revised: 12 Juni 2025

Accepted: 13 Juni 2025

### **\*Corresponding Author:**

**Ni Luh Putu Cening Arsa,**

Program Studi IESP, Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis, Universitas  
Mataram, Kota Mataram,  
Indonesia.;

Email:arsaning925@gmail.com

**Abstrak:** Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan Ginta Cargo Mataram melalui digitalisasi dan promosi dengan media sosial. Dengan menggunakan teknologi digital, Ginta Cargo Mataram dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan pelanggan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan analisis data untuk mengetahui dampak digitalisasi dan promosi dengan media sosial terhadap kualitas pelayanan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi dan promosi dengan media sosial dapat meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan Ginta Cargo Mataram, serta meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa digitalisasi dapat membantu Ginta Cargo Mataram meningkatkan kecepatan dan ketepatan dalam pengiriman barang, serta meningkatkan transparansi dan komunikasi dengan pelanggan. Promosi dengan media sosial juga dapat membantu Ginta Cargo Mataram meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan terhadap jasa pengiriman barang yang ditawarkan. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi Ginta Cargo Mataram untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan melalui digitalisasi dan promosi dengan media sosial.

**Kata Kunci:** E-commerce, Kualitas Pelayanan, Media Sosial

**Abstract:** This service aims to improve the quality of Ginta Cargo Mataram's customer service through digitalization and promotion with social media. By using digital technology, Ginta Cargo Mataram can improve the efficiency and effectiveness of customer service, and increase customer satisfaction. This study uses a case study method and data analysis to determine the impact of digitalization and promotion with social media on the quality of customer service. The results of the study indicate that digitalization and promotion with social media can improve the quality of Ginta Cargo Mataram's customer service, as well as increase customer satisfaction and customer loyalty. In addition, this study also shows that digitalization can help Ginta Cargo Mataram increase the speed and accuracy of shipping goods, as well as increase transparency and communication with customers. Promotion with social media can also help Ginta Cargo Mataram increase customer awareness and interest in the shipping services offered. Thus, this study can provide recommendations for Ginta Cargo Mataram to improve the quality of customer service through digitalization and promotion with social media.

**Keywords:** E-commerce, Service Quality, Social Media

## **PENDAHULUAN**

Jasa pengiriman paket pada saat ini kembali digunakan oleh masyarakat. Hal ini seiring dengan berkembang pesatnya teknologi digital pada bidang perdagangan online atau e-commerce. Seiring dengan berkembangnya zaman pasar telah hadir menghampiri pembeli, baik melalui aplikasi, website maupun media sosial. Perdagangan ini membutuhkan jasa perantara agar barang dari penjual sampai ke pembeli tanpa perlu lagi saling bertatap muka. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh para perusahaan ekspedisi untuk bersaing menjadi pilihan utama para pelaku transaksi. Salah satunya adalah PT. Ginta Jasminindo Logistics. Sejak tahun 2009 PT. GINTA JASMININDO LOGISTICS (GINTA CARGO) telah dipercaya ribuan customer dengan beragam kebutuhan pengiriman.

Berbagai instansi seperti ASN, BUMN, Perusahaan Swasta hingga UMKM telah mempercayakan Ginta Cargo sebagai mitra kerjasama pengiriman barang dalam skala besar. Layanan terbaik Ginta Cargo adalah pengiriman *express* 1-2 hari sampai alamat tujuan dengan tarif terjangkau untuk jalur darat dan udara. Jaringan yang luas menjangkau daerah-daerah serta menguasai rute seluruh Indonesia. Memenuhi kebutuhan pengiriman anda adalah hal yang utama, untuk itu Ginta Cargo selalu memberikan Layanan terbaik dengan *Lead Time* Tercepat & Tarif yang Kompetitif baik menggunakan Cargo Darat *Ekspress*, Cargo Udara hingga layanan *Door to Door Service*.

Persaingan antar perusahaan saat ini tidak lagi berfokus pada peningkatan volume penjualan, melainkan pada upaya kebutuhan pelanggan dan membangun loyalitas melalui pelayanan yang berkualitas.

Pelayanan yang berkualitas juga dapat dioptimalisasikan dengan strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan. Strategi pemasaran berperan penting dalam menciptakan nilai dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kolter dan Armstrong (2008) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dalam bidang jasa, khususnya pengiriman barang, untuk menjaga hubungan yang berkesinambungan. Fitzsimmons (2014) menyatakan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan terhadap suatu layanan diidentifikasi melalui perbandingan antara persepsi terhadap layanan dengan harapan pelanggan. Kepuasan muncul sebagai akumulasi pengalaman pelanggan setelah menggunakan layanan. Apabila pelanggan berfikir positif terhadap suatu layanan akan menghasilkan kepercayaan pelanggan untuk terus menggunakan layanan dan menyarankan orang lain untuk datang ketempat yang sama, pola pikir positif pelanggan akan menghasilkan komitmen untuk kembali dan merekomendasikan kepada orang lain (Akbar, 2009).

Perusahaan menggunakan berbagai strategi pemasaran, seperti memberikan promosi untuk menarik pelanggan baru, menyebarkan pesan ke target audiens mereka, dan meningkatkan penjualan barang dan jasa. Promosi adalah salah satu bentuk komunikasi antara penjual dan pembeli. Penjual mencoba membujuk pembeli untuk membeli barang atau jasa mereka melalui promosi. Ini membantu dalam membuat orang sadar akan suatu produk, layanan, atau perusahaan. Promosi juga membantu meningkatkan citra publik suatu perusahaan. Cara pemasaran ini juga dapat menimbulkan minat di bagi pembeli dan juga dapat menghasilkan pelanggan yang loyal di masa yang akan datang. Salah satu media promosi yang dapat digunakan para pelaku bisnis adalah media digitalisasi. Perusahaan yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan *ecommerce*-nya biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak perusahaan yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digitalisasi dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digitalisasi tersebut (Wardhana, 2018).

Media yang seringkali digunakan dalam digital marketing adalah media sosial, salah satunya Instagram. Instagram memiliki fitur akun bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut. Dengan fitur ini, perusahaan dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis (Rachmawati, 2018). Berdasarkan analisis situasi pada Ginta Cargo Mataram maka tim pelaksana pengabdian masyarakat tertarik untuk membantu meningkatkan pelayanan kepada konsumen melalui pengimplementasian digitalisasi dan promosi dengan media sosial. Hal ini karena masih kurangnya inovasi dan pemahaman terkait dengan cara melakukan pemasaran pada media sosial. Diharapkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan maka dapat meningkatkan juga pendapatan jangka panjang perusahaan.

## **METODE KEGIATAN**

Metode pelaksanaan yang digunakan untuk menuntaskan masalah terbagi menjadi beberapa tahapan program kerja mulai dari persiapan hingga evaluasi akhir. Berikut uraian metode pelaksanaan program kerja yang dilakukan:

- a. **Metode Observasi**  
Pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara sistematis rencana program yang akan dilakukan di perusahaan. Pada metode ini penulis turun langsung untuk mengamati secara langsung di lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Data yang diperlukan dalam metode pengamatan ini adalah bentuk pelayanan yang diberikan oleh karyawan, serta sistem pemasaran yang digunakan pada Ginta Cargo Mataram.
- b. **Metode Perencanaan Program**  
Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi, tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat turun langsung pada lingkungan perusahaan serta melakukan konsultasi dengan pihak pimpinan perusahaan, maka dapat direncanakan suatu program yang diharapkan dapat membantu permasalahan yang ada pada perusahaan tersebut.
- c. **Metode Pelaksanaan Program**  
Dalam pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat, program kerja yang telah direncanakan untuk seluruh bidang dilakukan di perusahaan sesuai dengan program kerja dan waktu pelaksanaan yang telah dibuat dengan memberikan pendampingan penyuluhan terhadap karyawan mengenai pelayanan pelanggan melalui digitalisasi seperti mempermudah konsumen dalam mengirim barang serta cara menggunakan media sosial yang benar dalam berpromosi seperti melalui sponsor Instagram, website dan tiktok.
- d. **Metode Dokumentasi**  
Metode dokumentasi ini merupakan salah satu bentuk pengumpulan data yang paling mudah di dalam Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dalam hal ini dokumentasi sebagai bukti bahwa Program Kegiatan Kepada Masyarakat sudah berjalan sesuai dengan program kerja di lokasi atau tempat kerja.
- e. **Metode Evaluasi**  
Pembinaan akhir dan pemantauan pada pelaksanaan tugas yang telah dilaksanakan untuk mengetahui sudah sampai mana proses yang dilakukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Upaya peningkatan pelayanan Ginta Cargo Mataram melalui digitalisasi dan promosi dengan media sosial ini telah berhasil disempurnakan dengan memberikan penyuluhan dalam mempromosikan usaha Ginta Cargo Mataram melalui media sosial Instagram serta melakukan sosialisasi mengenai pentingnya pemakaian media sosial. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan-peningkatan yang dialami perusahaan, antara lain:

- a. Perusahaan mampu meningkatkan pelayanan jasa yang ada secara berkala dengan memberikan informasi yang menarik melalui digitalisasi penggunaan fitur website dan media sosial.
- b. Perusahaan mampu dalam melakukan promosi di akun media sosial.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi perusahaan diatas, maka solusi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan strategi promosi melalui media sosial Instagram dengan memperbarui informasi promo secara harian dan membagikan informasi produk lainnya secara teratur. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan melalui akun media sosial dan meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan kepada pelanggan. Dengan menggunakan media sosial Instagram,

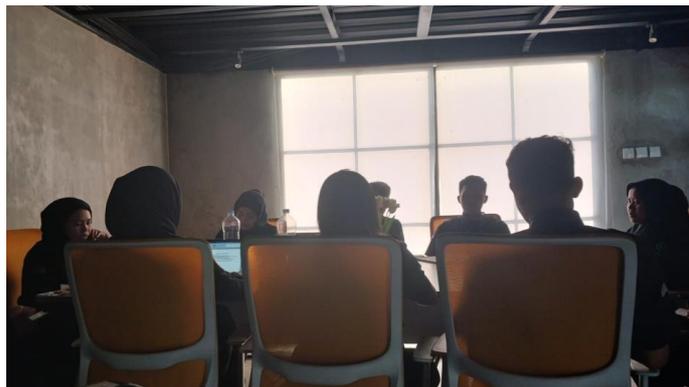
perusahaan dapat mempromosikan produk dan jasa secara efektif dan efisien, serta meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

2. Mengadakan sosialisasi tentang pentingnya digitalisasi dan media sosial sebagai sarana promosi. Dengan demikian, perusahaan dapat memaksimalkan potensi media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Sosialisasi dan pelatihan ini dapat membantu meningkatkan kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam menggunakan media sosial sebagai sarana promosi, sehingga perusahaan dapat meningkatkan visibilitas dan reputasi melalui media sosial.

Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, perusahaan juga dapat meningkatkan kemampuan untuk bersaing di pasar dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Dalam implementasinya, perusahaan dapat melakukan beberapa hal berikut:

- Membuat konten yang menarik dan relevan untuk diposting di media sosial Instagram
- Menggunakan hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas postingan
- Berinteraksi dengan pelanggan melalui komentar dan pesan langsung di media sosial Instagram
- Membagikan informasi tentang produk dan jasa perusahaan secara teratur
- Menggunakan media sosial Instagram untuk mempromosikan produk dan jasa perusahaan secara efektif dan efisien

Dengan melakukan hal-hal tersebut, perusahaan dapat meningkatkan visibilitas dan reputasi melalui media sosial, serta meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.



Gambar 1. Sosialisasi Tentang Pentingnya Diigitalisasi



Gambar 2. Media Sosial Tiktok & Instagram



Gambar 3. Jasa yang Ditawarkan

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu pertama, dukungan manajemen perusahaan yang kuat dan komitmen untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan sangat penting untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian dapat berjalan dengan lancar dan efektif. Selain itu, ketersediaan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dan pengetahuan tentang digitalisasi dan media sosial juga sangat penting untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian dapat berjalan dengan efektif. Kerjasama yang baik antara tim pengabdian dan karyawan Ginta Cargo Mataram juga sangat penting untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian dapat berjalan dengan lancar dan efektif. Dengan adanya faktor-faktor pendukung tersebut, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat berjalan dengan lancar dan efektif, serta dapat mencapai tujuannya untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan di Ginta Cargo Mataram. Sedangkan faktor penghambat Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dan pengetahuan tentang digitalisasi dan media sosial dapat menjadi hambatan. Jika karyawan tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang teknologi digital dan media sosial, maka mereka tidak dapat menggunakan teknologi tersebut secara efektif untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan.

Selain itu, keterbatasan infrastruktur teknologi digital yang memadai juga dapat menjadi hambatan. Jika perusahaan tidak memiliki infrastruktur teknologi digital yang memadai, maka kegiatan pengabdian tidak dapat berjalan dengan lancar. Kurangnya kesadaran dan motivasi karyawan untuk menggunakan digitalisasi dan media sosial dalam kegiatan sehari-hari juga dapat menjadi hambatan. Jika karyawan tidak memiliki motivasi untuk menggunakan teknologi digital dan media sosial, maka mereka tidak akan dapat menggunakan teknologi tersebut secara efektif.

Partisipasi pegawai dalam kegiatan pelayanan digitalisasi dan penerapan pemasaran melalui media sosial, terlihat dari kehadiran dan tingkat kemauan pegawai dalam pelaksanaan kegiatan. Sedangkan partisipasi pemilik pada Ginta Cargo Mataram dalam hal ini sangat tinggi, terlihat dari rasa kepedulian untuk mengizinkan pemakaian tempat dan ruangan serta keperluan lainnya untuk melakukan pelatihan tentang pentingnya memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan serta memberikan sosialisasi mengenai penerapan digitalisasi dan pemasaran melalui media sosial untuk mempermudah pendataan yang tentunya akan meningkatkan penjualan di tengah persaingan ekspedisi yang ketat.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Peningkatan kualitas pelayanan pelanggan melalui digitalisasi dan promosi media sosial di Ginta Cargo Mataram telah berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan menggunakan digitalisasi dan media sosial sebagai media promosi, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan, serta meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan. Pengetahuan dan kesadaran karyawan terhadap pentingnya penggunaan digitalisasi dan media sosial juga telah meningkat, sehingga mereka dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Peningkatan kualitas pelayanan pelanggan melalui digitalisasi dan promosi media sosial juga dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan. Dengan menggunakan teknologi digital, perusahaan dapat memantau status pengiriman barang secara real-time, meningkatkan kecepatan dan ketepatan pengiriman barang, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, promosi media sosial dapat membantu meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan, serta meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan pelanggan melalui digitalisasi dan promosi media sosial di Ginta Cargo Mataram telah berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional

perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan melalui digitalisasi dan promosi media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan, serta meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat mempertahankan posisi di pasar dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Saran dapat disampaikan sebagai masukan terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian berikutnya, agar terlaksana dengan lebih baik.

Untuk meningkatkan kemampuan seluruh karyawan dalam menerapkan konsep digitalisasi dan media sosial, perlu dilakukan penyuluhan bagi karyawan baru dan pendampingan secara berkelanjutan. Dengan demikian, karyawan dapat memahami konsep digitalisasi dan media sosial, serta cara menggunakannya untuk meningkatkan laba perusahaan. Pendampingan secara berkelanjutan juga perlu dilakukan untuk memastikan bahwa karyawan dapat menerapkan konsep digitalisasi dan media sosial dengan efektif. Melalui peningkatan kemampuan karyawan, perusahaan dapat meningkatkan laba perusahaan melalui beberapa cara, seperti meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan melalui promosi dan pengiklanan di media sosial, meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan melalui digitalisasi, dan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam bersaing di pasar. Diharapkan kegiatan ini dapat memberikan pengaruh yang baik dalam meningkatkan laba perusahaan melalui digitalisasi, melakukan promosi dan pengiklanan perusahaan dengan media sosial.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh karyawan PT. Ginta Jasminindo Logistics yang telah memberi dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan ini yang telah bersedia menjadi mitra pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, R. Y., Rahmi, A. A., Haniyah, S. M., Agustiani, F. N., Pajriati, N., & Rizkianfi, M. W. (2024). Bersinar di Era Digital: Strategi Manajemen Berbahasa Indonesia untuk Meningkatkan Minat Generasi Milenial dan Gen-Z. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(2), 1762–1768. <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i2.957>
- Barlian, B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Buana Informatika Cbi*, 6(1), 037–043. <https://doi.org/10.53918/jbicbi.v6i1.48>
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telemedicine. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Hal, N. D., & Heryani, E. (2024). *Strategi Digitalisasi Dan Inovasi Toko Emas Cantik Ciledug : Meningkatkan Daya Saing di Era Modern*. 2(2), 71–82.
- Haninda, R. N. (2025). *Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi di Telkomsel Grapari Plaza Marina Surabaya*. 7(1), 7–14.
- Indormatika, T., Bangsa, U. P., Bangsa, U. P., & Komputer, I. (2024). *Pelatihan Digitalisasi Usaha Menggunakan Media Sosial Untuk Pemasaran Arif Susilo 1 , Asep Arwan Sulaeman 2 , Wisnu Setiawan 3 , Abdul Rohim 4*. 2(1), 143–150.
- Larassati, N., & Fauzi, A. (2022). Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Perbankan di BSI Trade Center Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 4(2), 202–217. <https://doi.org/10.33367/at.v4i2.1473>
- Masyarakat, J. P., Mikro, E., & Mama, A. G. (2024). *Penerapan Sistem Bisnis Digital Berbasis Website Untuk Ayam Geprek Mama 1*. 01(02), 1–8.
- Putri, Y. K. W., & Prastyo, R. A. (2023). *Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan J & T Cargo Denpasar 3a Melalui Digitalisasi Dan*. 2(November), 682–688.

- Raharja, S. J., Natari, S. U., & Thirafi, L. (2021). Pelatihan Strategi Bisnis Berbasis Pengetahuan Digital Bagi Wirausaha Eksportir Di Kabupaten Pangandaran. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 435. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i3.35390>
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap impulsive buying pada marketplace shopee. *Manajemen*, 13(1), 37–46. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/8509>
- Saputra, L. E., Jannah, H., Putri, I. N., Rahmadahani, A. F., Ahfa, F. J., Maulida, A., Ardana, A. G., Yuliana, D., & Khotimah, R. P. (n.d.). *UMKM Digital Savvy : Menguasai Strategi Pemasaran Online & Perlindungan Hak Cipta UMKM Digital Savvy : Menguasai Strategi Pemasaran Online & Perlindungan Hak Cipta Abstrak*.
- Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 1–11. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Syarifah, F. A., & Reza, A. K. (2024). *Aktivitas Komunikasi Pemasaran Efektif Jasa Kurir Dan Logistik Pt Pos Indonesia Melalui Instagram @ Posaja . Official*. 11(4), 4083–4090.
- Widyawati, S. R., Yogi, I. M., & Pratama, A. (2025). *Kualitas layanan dan servis pada PT kecak*. 4, 116–126.