

PENGABDIAN MASYARAKAT DALAM PEMBERDAYAAN UMKM DENGAN MELAKUKAN IMPLEMENTASI WEBSITE MENGUNAKAN PLUGIN ELEMENTOR SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Danny Manongga¹, Untung Rahardja²,
Irwan Sembiring³, Ninda Lutfiani⁴,
Ahmad Bayu Yadila⁵

^{1), 3)} Universitas Kristen Satya Wacana

^{2), 4), 5)} Universitas Raharja

Sejarah artikel

Diterima: 12 Oktober 2022

Revised: 27 Oktober 2022

Diterima: 28 Oktober 2022

Email: ahmadbayu@raharja.info



Abstrak

Saat ini, teknologi informasi banyak digunakan di hampir semua bidang, termasuk yang berkaitan dengan pendidikan, perbankan, pemerintahan, dan pariwisata. *e-Commerce* adalah penggunaan teknologi informasi untuk mendukung aktivitas pembelian, penjualan, dan promosi produk. Website dapat dibangun dan diimplementasikan oleh UMKM dengan modal yang sesuai. Kemampuan situs web untuk memberikan deskripsi rinci tentang UMKM dan produk adalah salah satu keunggulannya. Di tengah pandemi Covid-19, kegiatan pengabdian masyarakat ini berupaya membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Ola Alika Shop dengan membuat website sebagai sarana teknik pengembangan pemasaran produk. Tangerang menjadi lokasi proyek pengabdian masyarakat ini. Karyawan dan pemilik bisnis termasuk di antara mereka yang ambil bagian dari UMKM Ola Alika Shop. Strategi penulis diawali dengan wawancara dan survey bisnis untuk mengetahui keunikan UMKM yang akan dijadikan tagline, mencari konten yang sesuai, seperti foto dan video, untuk meningkatkan *branding*, mengerjakan dan mempresentasikan situs web, serta mengusulkan saran lain untuk menyempurnakan situs web, yang akan mereka tangani secara mandiri. Hasil akhirnya adalah terciptanya platform berupa website untuk media promosi, yang diproyeksikan dapat membantu UMKM meningkatkan penjualan dan tetap menjalankan usahanya dalam menghadapi pandemi Covid-19.

Kata kunci: Website; UMKM; Pemasaran; Pengabdian

Abstract

Currently, information technology is widely used in almost all fields, including those related to education, banking, government, and tourism. e-Commerce is the use of information technology to support the activities of buying, selling, and promoting products. Websites can be built and implemented by MSMEs with the appropriate capital. The website's ability to provide detailed descriptions of MSMEs and products is one of its advantages. Amid the Covid-19 pandemic, this community service activity seeks to help micro, small and medium enterprises (MSMEs) Ola Alika Shop by creating a website as a means of product marketing development techniques. Tangerang is the location for this community service project. Employees and business owners are among those who take part in Ola Alika Shop's MSMEs. The author's strategy begins with interviews and business surveys to find out the uniqueness of MSMEs that will be used as taglines, look for appropriate content, such as photos and videos, to improve branding, work on and present the website, and propose other suggestions to improve the website, which they will handle independently. The result is the creation of a platform in the form of a website for



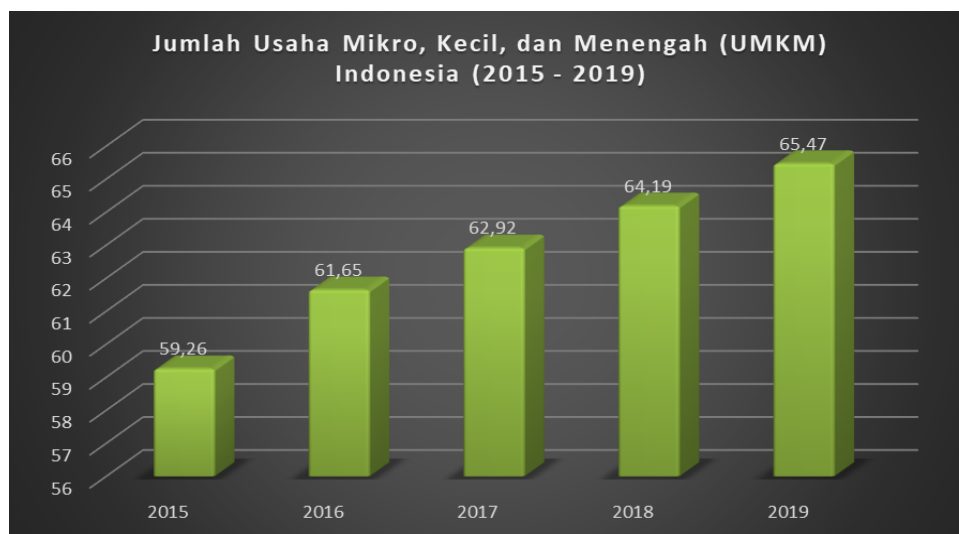
promotional media, which is projected to help MSMEs increase sales and continue to run their businesses in the face of the Covid-19 pandemic.

Keywords: Website; MSME; Marketing; Dedication

1. PENDAHULUAN

Status global dan Indonesia dari pandemi Covid-19 telah membaik pada tahun 2022. Sejak Covid-19 dinyatakan sebagai pandemi, industri kesehatan serta ekonomi lokal dan internasional sama-sama mengalami penurunan yang cukup signifikan. Pemerintah sedang bekerja keras untuk memecahkan masalah dan mencari solusi, khususnya di bidang kesehatan dan ekonomi, untuk bertahan dari pandemi [1]. Dampak yang paling merugikan terlihat oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang merupakan pilar ekonomi penting di Indonesia [2]. Kementerian Koperasi dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Mendata, pada tahun 2019 jumlah usaha UMKM mencapai 65,47 juta unit [3]. Jumlah ini naik 1,98% apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang berjumlah sebesar 64,19 juta unit. Ini mewakili 99,99% dari seluruh bisnis di Indonesia [4]. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) juga mendata hanya 3,79 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang baru memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya, yang berarti masih banyak pelaku UMKM belum memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya [5].

UMKM dengan cepat merasakan dampak negatif dari pesatnya perkembangan teknologi digital, yang mempengaruhi pemasaran di dunia Usaha [6]. Ini berdampak pada tren pemasaran transisi cepat ke platform pemasaran digital dan ditinggalkannya platform tradisional secara bertahap [7]. Berdasarkan permasalahan yang diangkat di atas, diperlukan solusi untuk membantu UMKM dalam memitigasi dampak pandemi dan cepat pulih [8]. Solusi dan pemberdayaan UMKM diperlukan untuk mendongkrak nilai penjualan, mengingat UMKM menyerap sebagian besar tenaga kerja dan merupakan komponen penting perekonomian Indonesia [9]. UMKM harus beradaptasi dengan teknologi digital agar dapat bertahan dan berkembang [3].



Gambar 1. Peningkatan Jumlah Usaha UMKM Indonesia dari Tahun 2015 - 2019

Sumber: DataIndonesia.id dan Kemenkop UKM

Pemanfaatan teknologi digital dalam bentuk website merupakan upaya untuk beradaptasi dengan kebiasaan belanja konsumen yang saat ini yang lebih memilih berbelanja secara online [10]. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung di UMKM Ola Alika Shop Tangerang. Masalah yang dihadapi UMKM Ola Alika Shop yaitu mereka belum mengembangkan rencana pemasaran internet karena kurangnya situs web [11]. Mahalnya biaya pembuatan website menjadi kendala lain yang dihadapi oleh UMKM Ola Alika Shop [12]. Hal ini mempengaruhi keputusan mereka untuk membuat website karena pendapatan mereka berkurang drastis akibat pandemi [13]. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM Ola Alika Shop dalam mengembangkan strategi

pemasaran produk melalui pemanfaatan teknologi digital marketing berupa pembuatan website sebagai media promosi [14]. Diharapkan melalui pembuatan website, UMKM Ola Alike Shop akan dapat memelihara dan menyajikan barang-barang mereka di media digital, sehingga bisnis mereka dapat berkembang selama masa pandemi [15].

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teknologi informasi menjadi bagian integral dari semua bidang, profit atau non-profit [16]. Pendidikan, perbankan, pemerintahan, seni, telekomunikasi, hukum, dan pariwisata semuanya menggunakan teknologi informasi dalam kapasitas tertentu [17]. Kemudian, seiring dengan kemajuan teknologi informasi, muncul istilah-istilah seperti pendidikan, e-services, e-money, e-banking, dan *e-Commerce*. *e-Commerce*, juga dikenal sebagai Electronic Commerce yaitu jenis perdagangan elektronik yang memfasilitasi penjualan, pembelian, dan pemasaran barang menggunakan jaringan komputer. Saat ini, banyak individu yang sadar dan menggunakan *e-Commerce* untuk kebutuhan komersial mereka. Masyarakat umum juga sangat tertarik dengan penyebaran *e-Commerce*. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan internet untuk promosi dan transaksi [14]. UMKM dengan modal kecil dapat menerapkan *e-Commerce* melalui berbagai situs marketplace seperti OLX, Bukalapak, Tokopedia, atau Lazada. Sementara itu, UMKM dengan modal yang memadai atau lebih dapat membuat situs web yang menguraikan profil dan produk mereka [18]. Salah satu software yang dapat digunakan dalam pengelolaan website sebagai media promosi kali ini adalah Content Management System [19].

Sistem manajemen konten (CMS) yaitu perangkat lunak yang sering digunakan untuk mengelola situs web dengan menambahkan, mengubah, dan menghapus informasi pada suatu website [20]. WordPress adalah salah satu CMS yang dapat memenuhi tujuan ini [21]. WordPress adalah sistem manajemen konten yang dapat digunakan untuk mengelola konten halaman web [22]. Tanpa perlu mempelajari bahasa pemrograman, WordPress mungkin bisa menjadi pengganti pembuatan halaman web yang lebih sederhana [23]. WordPress menyertakan pengaturan yang dapat disesuaikan untuk memenuhi persyaratan halaman web yang diinginkan. WordPress bisa digunakan untuk membangun situs web untuk semua jenis konten, termasuk blog, situs e-niaga, portofolio, surat kabar, dan banyak lagi. Kemudahan instalasi, pembaruan, dan penyesuaian situs web WordPress adalah salah satu manfaatnya. WordPress juga menyertakan sejumlah besar plugin yang dapat digunakan untuk membantu pembuatan web [24].

Elementor dan WooCommerce adalah dua plugin WordPress yang biasa digunakan dalam pembuatan website sebagai media promosi [25]. Widget, formulir keikutsertaan, halaman arahan, pop-up, dan halaman situs web lainnya semuanya dapat dibuat lebih menarik dengan Elementor pembuat halaman [26]. Untuk toko online, WordPress menyediakan plugin WooCommerce gratis. Kami dapat menggunakan plugin ini untuk membuat toko online yang dapat digunakan oleh siapa saja yang tidak memiliki keahlian pengkodean [23]. Plugin ini juga memudahkan kita dalam mengelola bisnis internet, baik dalam hal pengontrolan tampilan produk maupun proses pembayaran. WooCommerce adalah plugin yang dikembangkan oleh WordPress. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan pengetahuan baru kepada UKM Ola Alike Shop dalam menggunakan WordPress dan plugin seperti Elementor dan WooCommerce untuk membuat dan mengelola website mereka [27]. Pemilik toko, seperti pengelola, dapat menyumbangkan konten dengan menambahkan informasi tentang produk dan topik lain di halaman situs web.

3. METODE PELAKSANAAN

Strategi penulis diawali dengan melakukan wawancara dan studi proses bisnis, serta mengenali kekhasan UMKM tersebut untuk dijadikan tagline, mencari informasi yang relevan seperti foto dan video untuk meningkatkan branding mengembangkan situs web, meluncurkan situs web, dan menawarkan saran lain untuk meningkatkan situs web, yang akan mereka tangani secara mandiri [28].

UMKM terdampak Covid-19 dalam usahanya menjadi fokus proyek pengabdian masyarakat ini. Inisiatif ini diharapkan dapat membantu UMKM dengan solusi untuk beradaptasi dengan teknologi pemasaran modern. Pengenalan pemasaran digital kemungkinan akan membantu UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah pandemi Covid-19 dengan meningkatkan volume penjualan dan pendapatan.

4. PEMBAHASAN

Hasil wawancara kepada pemilik Ola Alike Shop, diketahui bahwa Ola Olike Shop belum memiliki situs web sejenis yang bisa digunakan sebagai sarana teknik pengembangan pemasaran produk.

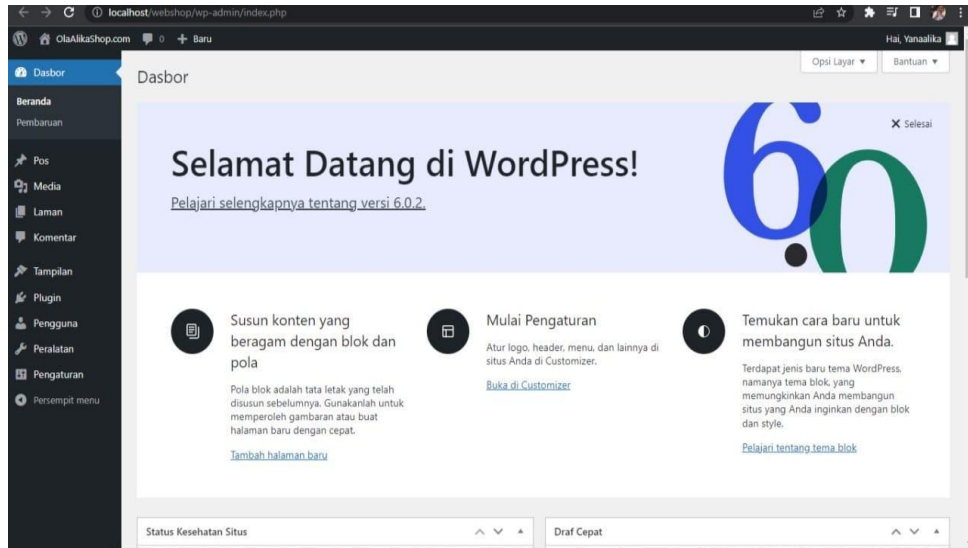


Gambar 2. Wawancara Kepada Pemilik Ola Alike Shop

Sistem Manajemen Konten (CMS) WordPress dan plugin seperti Elementor dan WooCommerce digunakan untuk membuat situs web *e-Commerce* untuk UMKM Ola Alike Shop dengan tujuan sebagai alat promosi. Ini karena manfaat antarmuka CMS WordPress yang sangat mudah dan ramah pengguna untuk pemula, yang memungkinkan pengguna mengelola situs web dengan cepat. Selain itu, WordPress adalah open source, membuatnya gratis untuk digunakan, dan mencakup kemampuan yang dibutuhkan konsumen dengan tampilan kontemporer. Untuk lebih meningkatkan pemeliharaan situs web *e-Commerce*, platform ini juga menawarkan sejumlah besar modul gratis.

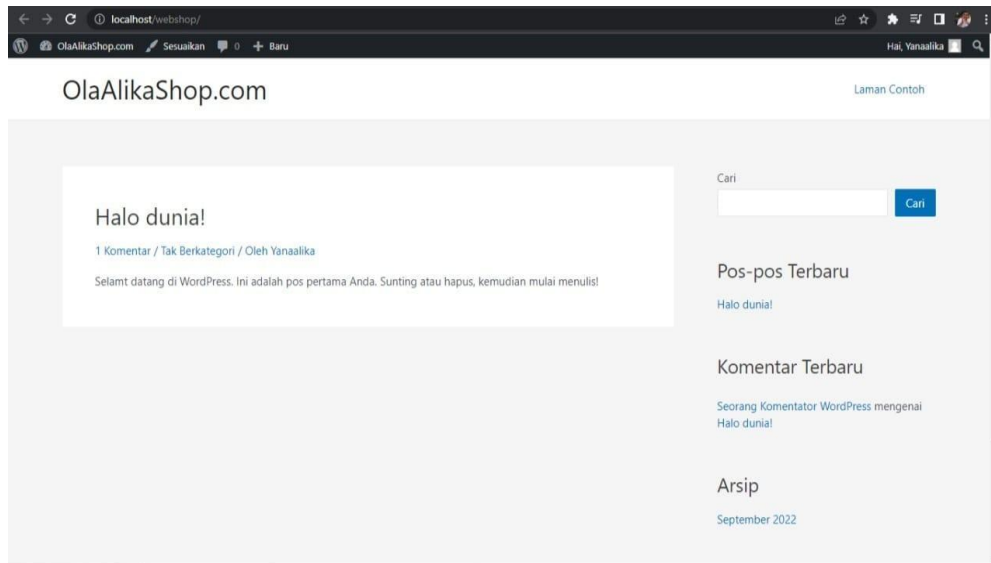
A. Pengembangan Antarmuka Admin

File yang dapat diakses melalui area admin untuk mengelola situs web ditampilkan di halaman antarmuka admin. Halaman antarmuka untuk administrator memiliki manajemen data master. Administrator dapat menampilkan informasi pada halaman ini mengenai latar belakang dan lokasi UMKM Ola Alike Shop, serta informasi tentang kategori produk dan produk yang dimiliki UMKM. Masukkan nama pengguna dan kata sandi Anda di halaman login admin sebelum mengakses halaman admin utama WordPress. Jika prosedur login berhasil, admin dapat mengakses halaman utama WordPress. Administrator dapat mencoba kembali proses login seperlunya dengan mengikuti petunjuk yang diberikan jika upaya login tidak berhasil.

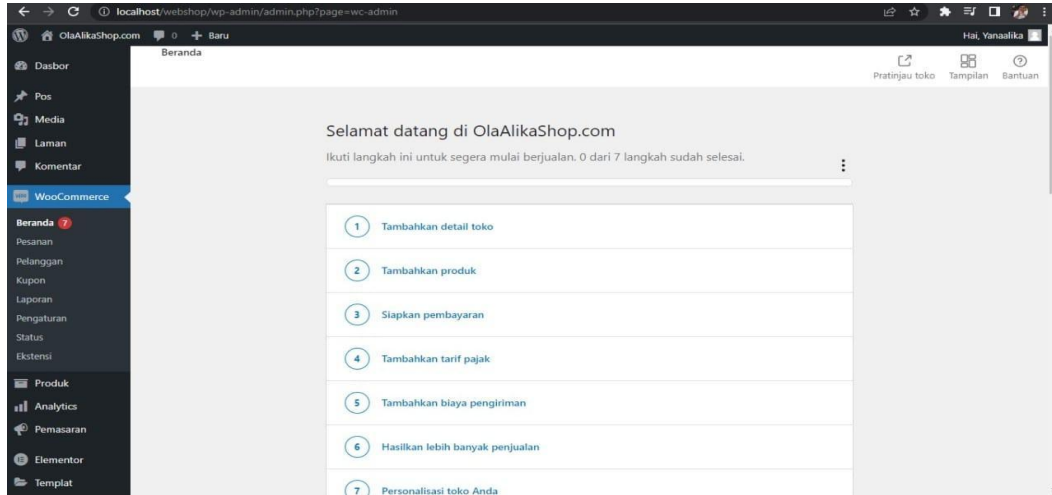


Gambar 3. Admin Dashboard

Dasbor, atau tampilan utama admin WordPress, memuat data penting dan menampilkan status situs web.



Gambar 4. Tampilan Awal Website Ola Alika Shop Saat Instal Tema Astra



Gambar 5. Tampilan Saat Berhasil Menginstal WooCommerce

WordPress menawarkan plugin gratis WooCommerce untuk toko online. Kita dapat membangun toko online dengan plugin ini yang bahkan dapat digunakan oleh mereka yang tidak memiliki keahlian coding. Plugin ini juga memudahkan kita dalam menjalankan bisnis internet, baik mengatur tampilan barang dan juga menangani pembayaran. Sebuah plugin yang dibuat oleh WordPress sendiri disebut WooCommerce. Oleh karena itu, menginstal plugin WooCommerce sama seperti plugin lainnya akan memungkinkan kita menginstal WooCommerce dengan cepat dan mudah di situs WordPress. WooCommerce melindungi informasi transaksi apapun yang terjadi di toko online agar tidak diperoleh oleh pihak yang tidak berwenang, sehingga mereka dapat berbelanja dengan aman. Pada dasarnya, siapa pun dapat menggunakan layanan WooCommerce secara gratis. Tetapi WooCommerce juga menawarkan fitur lain yang harus kita beli untuk menggunakannya. WooCommerce mempermudah pengembangan toko online dengan memungkinkan kami membuat tampilan produk, mengelola kategori produk, menambahkan promosi dan diskon, serta membuat metode pembayaran.

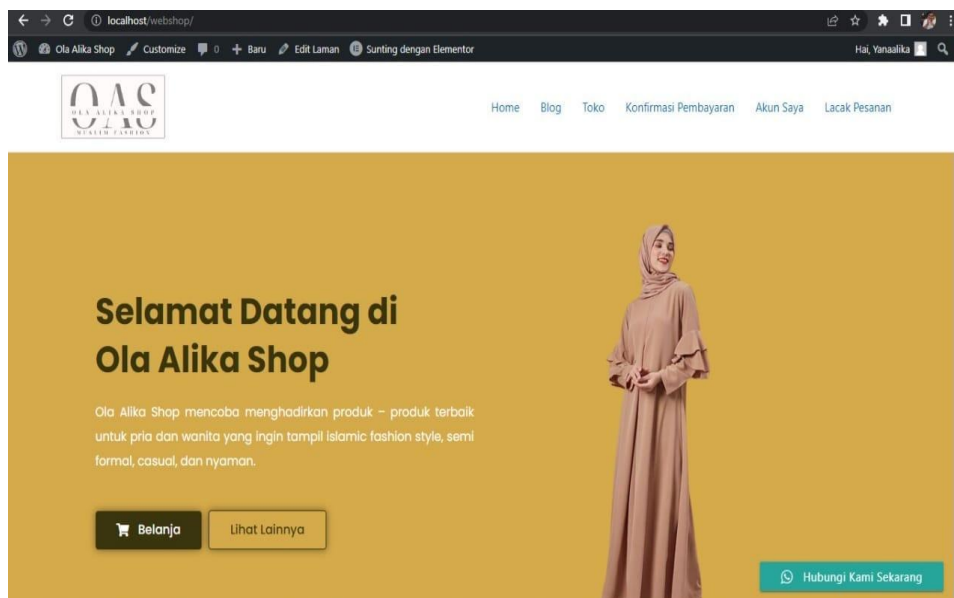


Gambar 6. Tampilan saat menggunakan Elementor

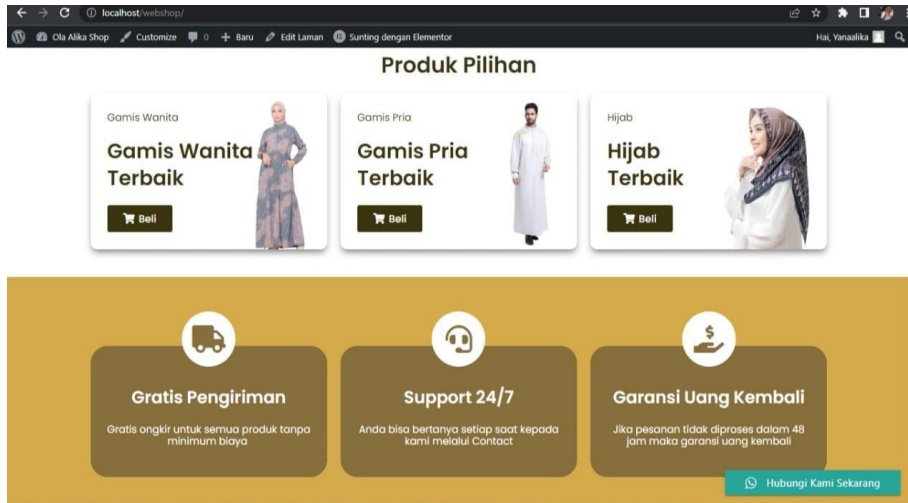
Elementor adalah pembuat halaman khusus WordPress. Dengan menambahkan plugin ini ke situs web, kita dapat berlatih membuat halaman arahan sambil tetap memiliki kebebasan untuk memperbaiki dan membangun kembali tata letak situs web. Elementor menggunakan metode drag-and-drop untuk membantu kita menyesuaikan tampilan. Teks, film, galeri, spacer, dan tombol elemen situs lainnya dapat diklik, diposisikan, dan diurutkan sesuai kebutuhan. Elementor memungkinkan kita untuk menyesuaikan setiap halaman situs web. Semuanya, mulai dari posting hingga jenis posting khusus hingga halaman dapat dimodifikasi. Fitur ini memberi kita kemampuan untuk menyesuaikan tampilan tampilan dengan konten yang ditentukan. Front-end web adalah tempat plugin ini beroperasi. Artinya, perspektif yang kita sesuaikan untuk menampilkan situs web akan menjadi apa yang dilihat pengguna. Tidak ada keraguan bahwa ini akan meningkatkan desain. Terutama dibandingkan dengan arsitektur sistem back-end yang rumit dan memakan waktu (Source: niagahoster.co.id).

B. Pengembangan Antarmuka User

Halaman antarmuka pengguna adalah kesan pertama situs web dan harus dibangun dengan cara yang akan menarik minat pengunjung dan calon pelanggan. Halaman beranda menampilkan informasi dan konten tentang UMKM Ola Alika Shop, termasuk detail produk, opsi kontak langsung, dan berita terbaru. Halaman depan website Ola Alika Shop ditampilkan di bawah ini untuk pengunjung.

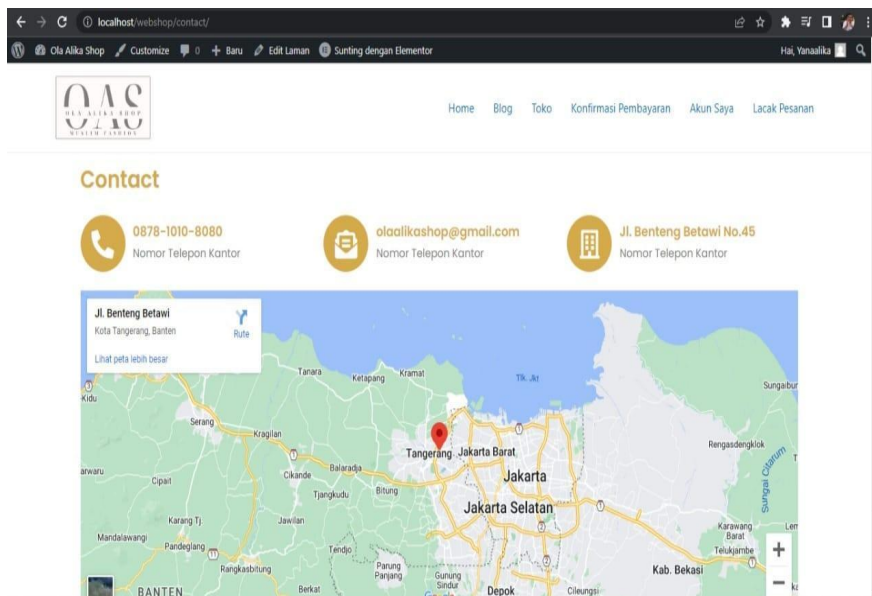


Gambar 7. Tampilan Depan atau *Home* Website Untuk *User*



Gambar 8. Tampilan Depan Produk Pilihan dan *Home Benefit* Toko

Halaman contact menampilkan alamat dari UMKM Ola Alika Shop. Pada halaman ini pembeli bisa langsung menghubungi penjual dan akan terhubung langsung dengan email atau whatsapp dari penjual.



Gambar 9. Halaman Kontak

Membuat toko online sesuai dengan keinginan pemilik dan staf untuk UMKM Ola Alika Shop. Antusiasme para pendiri dan staf terlihat dari aktivitas mereka dalam berdiskusi dan mempraktekkan pengelolaan website. Karena begitu banyak informasi yang dipelajari dan dipraktekkan secara langsung, semakin aktif seseorang berpartisipasi dan semakin antusias mereka berlatih menguasai suatu keterampilan, maka akan semakin banyak pula pengetahuan dan keterampilan yang akan mereka miliki [29]. Dengan penerapan teknologi internet yang telah diimplementasikan dalam bisnis ini diharapkan agar dapat memajukan baik dalam pemasaran produk, meningkatkan penjualan, dan membantu pengembangan bisnis [30].

5. KESIMPULAN

Untuk mengikuti kemajuan teknologi saat ini, platform pemasaran digital untuk UMKM dalam bentuk website e-Commerce, Ola Alika Shop telah didirikan secara efektif. Hal ini penting mengingat kondisi pasar saat ini membuat pelanggan lebih memilih berbelanja online sesuai dengan kebutuhan mereka. Saat ditengah era pandemi Covid 19, UMKM Toko Ola Alika di Tangerang menunjukkan sikap positif dengan harapan berkembang menjadi UMKM yang mampu menggunakan digital marketing berupa website sebagai rencana untuk meningkatkan penjualan melalui teknologi informasi.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] O. P. Inderasari, S. Hamdi, and I. Maulana, "Strategi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Ekonomi Pekerja Migran Indonesia (PMI) Pada Masa Pandemi Covid-19 di Suralaga Lombok Timur," *J. Kebijak. Pembang.*, vol. 17, no. 1, pp. 91–106, 2022.
- [2] S. E. Hamdani, *Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat*. uwais inspirasi indonesia, 2020.
- [3] S. Avriyanti, "Strategi bertahan bisnis di tengah pandemi covid-19 dengan memanfaatkan bisnis digital (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten Tabalong)," *J. PubBis*, vol. 5, no. 1, pp. 60–74, 2021.
- [4] R. Hardjosubroto, U. Rahardja, N. A. Santoso, and W. Yestina, "Penggalian Dana Digital Untuk Yayasan Disabilitas Melalui Produk UMKM Di Era 4.0," *ADI Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–13, 2020.
- [5] B. Arianto, "Pengembangan UMKM digital di masa pandemi covid-19," *ATRABIS J. Adm. Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 233–247, 2020.
- [6] H. Awali, "Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19," *Balanc. J. Ekon. dan Bisnis Islam*, vol. 2, no. 1, pp. 1–14, 2020.
- [7] A. R. Banjarnahor *et al.*, *Social Media Marketing dan Bisnis Modern*. Yayasan Kita Menulis, 2022.
- [8] S. Aisyah, "Dampak Pandemi COVID-19 Bagi UMKM Serta Strategi E-Marketing UMKM di Indonesia," 2020.
- [9] S. Romadhon *et al.*, "Pendampingan Mahasiswa Di Desa Tanjungharjo Kecamatan Ngaringan Dalam Upaya Pengembangan Sumber Daya Alam Dan Peningkatan Potensi Masyarakat," *KREASI J. Inov. dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 36–50, 2022.
- [10] A. Rumondang *et al.*, *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [11] U. Raharja, E. P. Harahap, and R. E. C. Devi, "Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas pada Raharja Internet Cafe Terhadap Kegiatan Perkuliahan Pada Perguruan Tinggi," *J. Teknoinfo*, vol. 12, no. 2, pp. 60–65, 2018.
- [12] A. Alwendi, "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha," *J. Manaj. Bisnis*, vol. 17, no. 3, pp. 317–325, 2020.
- [13] R. A. Mardiyah¹ and R. N. Nurwati, "Dampak pandemi Covid-19 terhadap peningkatan angka pengangguran di Indonesia," 2020.
- [14] U. Rahardja, E. P. Harahap, and S. Pratiwi, "Pemanfaatan Mailchimp Sebagai Trend Penyebaran Informasi Pembayaran Bagi Mahasiswa Di Perguruan Tinggi," *Technomedia J.*, vol. 2, no. 2 Februari, pp. 41–54, 2018.
- [15] H. Wijoyo, *Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi*. Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- [16] A. L. Tungadi and E. Elisabeth, "Desain Sistem Enterprise Resource Planning untuk Peningkatan Efektifitas Layanan Umat Gereja," *JRST (Jurnal Ris. Sains dan Teknol.)*, vol. 2, no. 2, pp. 77–86, 2018.
- [17] A. P. Sitorus, "Politik Hukum Perlindungan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) dalam Masyarakat Ekonomi Asean," *Doktrina J. Law*, vol. 1, no. 2, pp. 125–144, 2018.
- [18] S. Rahman, Cara mudah menghasilkan website terbaik untuk usaha online. Elex Media Komputindo, 2018.
- [19] S. P. Saragih, M. Silalahi, and A. Afriana, "MENGEMBANGKAN USAHA MELALUI WEBSITE DAN DIGITAL MARKETING PADA USAHA TERALIS DI KOTA BATAM," *PUAN Indones.*, vol. 3, no. 2, pp. 203–212, 2022.
- [20] N. Durahman, Z. M. Noer, and A. Hidayat, "Aplikasi seminar online (webinar) untuk pembinaan wirausaha baru," *J. Manaj. Inform.*, vol. 6, no. 2, 2019.
- [21] F. W. Z. Zaney, H. A. Mumtahana, and M. Lenawati, "PERANCANGAN STRATEGIS DENGAN MEMANFAATKAN CMS WORDPRESS DAN FRAMEWORK ZACHMAN PADA LAMAN BERITA DI

- WEBSITE PEMERINTAH KABUPATEN MAGETAN,” *Technol. J. Ilm.*, vol. 12, no. 4, pp. 240–250, 2021.
- [22] R. Y. Ariyana, P. Haryani, and G. Irmah, “MANAJEMEN KONTEN PEMBELAJARAN MENGGUNAKAN WORDPRESS UNTUK GURU SMA N 7 YOGYAKARTA,” *J. Character Educ. Soc.*, vol. 4, no. 4, pp. 893–902, 2021.
- [23] R. R. Rerung, *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish, 2018.
- [24] N. I. Effendi and M. M. SE, “BAB V KOMUNIKASI PEMASARAN DENGAN DIGITAL MARKETING,” *Digit. Mark. Mark.*, p. 52, 2022.
- [25] S. Khadafi, S. H. Ichwanto, M. A. Salim, C. Anam, and A. Nindyapuspa, “Perancangan Website dan Akun Sosial Media Untuk UKM Reviora Tanggulangin Sidoarjo Guna Menghadapi Era Industri 4.0,” *Meniyapkan Daya Saing Masy. Di Era Ind.*, vol. 4, p. 0.
- [26] M. Sulistiyanto, U. Saprudin, B. Sutomo, and T. B. Hartono, “Pendampingan Pembuatan Website Menggunakan Content Management System & Plugin bagi Mahasiswa Manajemen Haji dan Umroh Institut Agama Islam Negeri Metro,” *Ilmu Komput. untuk Masy.*, vol. 2, no. 2, 2021.
- [27] D. A. N. M. U. W. B. U. DHEV, “LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT,” 2021.
- [28] Rachmanda, G. B. P. (2019). *Strategi Viral Marketing Oleh UMKM Jokopi Melalui Instagram Dalam Membangun Brand Awareness* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- [29] Nawindah, N., Fajarita, L., & Ujiandari, R. (2022). Peningkatan Keterampilan Siswa Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Melalui Pelatihan Penggunaan Microsoft Word. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 12-18.
- [30] Widayanti, R., Hapsari, I. N., Firmansyah, G., & Nurbayin, M. A. (2022). Kolaborasi dalam Metode Problem Base Learning Dengan Aplikasi Trello Studi Kasus_ Matakuliah E-Business Program Kampus Merdeka. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 8-15.