

PENGEMBANGAN KETERAMPILAN PELAKU UMKM DI DESA SIRNABAYA MELALUI PELATIHAN OPTIMASI *WHATSAPP BUSINESS*

Flora Patricia Anggela¹, Robby Fauji²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan
Karawang

Floraanggela@ubpkarawang.ac.id¹, Robby.Fauji@ubpkarawang.ac.id²

Abstrak

Penyelenggaraan kegiatan PkM ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Sirnabaya Kecamatan Telukjambe Timur Kabupaten Karawang melalui pelatihan optimasi WhatsApp Business.

Metode PkM yang digunakan adalah pelatihan yang diikuti oleh pelaku UMKM Desa Sirnabaya Kecamatan Telukjambe Kabupaten Karawang sebanyak 22 orang, serta peserta lainnya yang terdiri dari dosen dan mahasiswa pendamping.

Sebagian besar peserta merasa sangat puas mengikuti pelatihan tersebut, hal ini ditunjukkan dari hasil evaluasi pelatihan yang menyatakan bahwa 90% peserta menyatakan materi pelatihan relevan dan bermanfaat bagi pengembangan bisnis UMKM mereka., 85% peserta merasa narasumber menyampaikan materi dengan jelas dan interaktif, serta 80% peserta puas dengan fasilitas pelatihan (ruang, perlengkapan, dan konsumsi). Sebanyak 77,3% peserta dapat menyelesaikan tugas secara langsung yang diberikan oleh fasilitator, sisanya sebesar 22,7% dapat menyelesaikan tugas dengan tempo 2 hari.

Kata kunci: Pengembangan Keterampilan, Pelatihan, Pelaku UMKM, pemasaran digital

Abstract

This community service activity aims to develop the skills of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sirnabaya Village, Telukjambe Timur District, Karawang Regency through WhatsApp Business optimization training.

The community service method used was training, attended by 22 MSMEs from Sirnabaya Village, Telukjambe District, Karawang Regency, as well as other participants consisting of lecturers and accompanying students.

The majority of participants were very satisfied with the training, as evidenced by the training evaluation results, which showed that 90% of participants found the training material relevant and beneficial for the development of their MSME businesses. 85% of participants felt the resource person delivered the material clearly and interactively, and 80% were satisfied with the training facilities (room, equipment, and meals). 77.3% of participants were able to complete the tasks directly given by the facilitator, while the remaining 22.7% were able to complete the tasks within two days.

Keywords: Skills Development, Training, MSMEs, digital marketing

PENDAHULUAN

Keterampilan sangat diperlukan untuk bagi pelaku UMKM karena dapat meningkatkan efisiensi, kualitas produk, daya saing dan inovasi dalam bisnis mereka.

Keterampilan perlu dikembangkan secara berkelanjutan, mengingat persaingan di dunia usaha yang semakin tinggi. Keterampilan dikembangkan melalui pelatihan. Pelatihan keterampilan akan membuka peluang baru untuk memperluas pasar dan mengembangkan produk/jasa.

Pada saat ini salah satu keterampilan yang perlu dimiliki oleh para pelaku UMKM adalah keterampilan memasarkan produk secara digital atau pemasaran digital.

Pemasaran digital adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital dan internet untuk mempromosikan produk atau layanan, membangun *brand awareness*, serta mencapai tujuan pemasaran lainnya.

Salah satu pemasaran digital adalah pemasaran melalui media sosial antara lain melalui *WhatsApp Business*.

WhatsApp Business adalah aplikasi yang dirancang khusus untuk keperluan bisnis, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Aplikasi ini menawarkan fitur-fitur yang tidak tersedia di *WhatsApp* biasa, seperti profil bisnis, pesan otomatis, dan label untuk mengatur chat, yang membantu bisnis berinteraksi lebih efektif dengan pelanggan.

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) yang berkaitan dengan pemasaran digital telah dilakukan sebelumnya sebagai berikut:

Diantoro, Soderi dan Juwari (2024) telah melakukan pelatihan digital marketing kepada Komunitas Iklim Sungai Cikeas. Hasil dari kegiatan tersebut adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan digital marketing untuk mempromosikan produk mereka. Beberapa UMKM peserta pelatihan menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengunjung dan keterlibatan di platform digital mereka.

Mahmud, Sholehurrohman, Suroto, dan Junaidi (2023) yang telah mengoptimalkan media sosial YouTube pada Pondok Pesantren Darussa'adah KH Asyikin di Bandar Lampung.

Angraini, Rahayu, Medika (2024) telah melakukan pendampingan pemasaran digital pada Toko Rumah Kita di Kabupaten Pasaman Barat. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa terdapat peningkatan kemampuan dan penjualan sebesar 20% melalui penggunaan media sosial dan platform e-commerce.

Munawar dkk (2023) bahkan berkolaborasi dengan IBIK dan UTHM untuk mendukung promosi dan penjualan produk UMKM di Kota Bogor dengan cara melakukan pelatihan pemasaran digital. Hasilnya menunjukkan bertambahnya wawasan para pelaku bisnis tentang pemanfaatan dan penggunaan platform digital dan pengetahuan lainnya yang terkait dengan persyaratan penjualan produk ke luar negeri.

Berdasarkan berbagai macam pengabdian masyarakat yang telah dilakukan di atas tersebut maka perlu adanya pelatihan untuk mengembangkan media sosial yang umum dimiliki oleh pelaku UMKM di Desa Sirnabaya yaitu *WhatsApp*.

Hampir setiap pelaku UMKM di Desa Sirnabaya memiliki dan menggunakan *WhatsApp*, namun masih sedikit yang memanfaatkan *WhatsApp Business*. Padahal aplikasi ini sangat banyak manfaatnya, antara lain:

- Profil bisnis. Pengguna dapat membuat profil bisnis yang berisi informasi penting seperti alamat, deskripsi bisnis, email, dan website.
- Pesan Otomatis. Fitur ini memungkinkan pengiriman pesan selamat datang, pesan di luar jam kerja, atau pesan balasan cepat untuk pertanyaan umum.
- Label: Fitur ini membantu bisnis mengatur dan mengelola chat dengan pelanggan berdasarkan kategori tertentu, seperti "Pesanan Baru" atau "Pembayaran Lunas".

- Analitik: WhatsApp Business menyediakan data analitik untuk melacak performa pesan dan interaksi dengan pelanggan.
- Penyederhanaan Komunikasi. Aplikasi ini membantu bisnis berkomunikasi lebih efektif, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan menghemat waktu.

Secara keseluruhan, WhatsApp Business adalah alat yang efektif untuk membangun hubungan pelanggan yang lebih kuat, meningkatkan penjualan, dan mengembangkan bisnis.

Tujuan dari PkM ini adalah untuk mengembangkan keterampilan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Sirnabaya Kecamatan Telukjambe Timur Kabupaten Karawang melalui pelatihan optimasi WhatsApp Business,

METODE

Metode yang digunakan pada kegiatan PkM ini adalah penyelenggaraan pelatihan pemasaran digital, khususnya pemasaran melalui media sosial WhatsApp.

Langkah-langkah yang digunakan pada kegiatan ini meliputi survey lokasi, *Focus Group Discussion (FGD)* atau diskusi kelompok terfokus dengan kelompok UMKM yang tergabung di bawah binaan PKK Desa Sirnabaya, rapat pembentukan panitia, mengundang pemateri dan instruktur, persiapan acara dan gladi bersih, serta penyelenggaraan pada hari yang telah ditentukan.

Sebagai evaluasi dari kegiatan ini, maka saat selesai acara ramah tamah para hadirin diberikan kuesioner untuk mengetahui pendapat mereka tentang kegiatan tersebut. Guna meningkatkan semangat para peserta, setiap penanya diberikan *doorprize*. Selain itu sebagai penghargaan terhadap keikutsertaan hadirin, maka kepada peserta maupun pendamping diberikan sertifikat. Demikian juga sebagai tanda terima kasih dan penghargaan kepada pemateri dan instruktur diberikan sertifikat dan plakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil PkM

Kegiatan ini dilaksanakan Aula Universitas Buana Perjuangan Karawang pada hari Rabu tanggal 16 Juli 2025 dari pukul 08.00 sampai dengan pukul 14.00.

Materi pada pelatihan ini meliputi

1. Dasar-Dasar Digital Marketing untuk UMKM oleh Dr. Anim Zalina binti Azizan dari Universitas Tun Hussein onn Malaysia (UTHAM).
2. Optimasi WhatsApp Business oleh Shandikha Arya Yudha Rahman, S.E., M.M. dari Universitas Buana Perjuangan Karawang (UBP Karawang).

Pelatihan ini selain dihadiri oleh pelaku UMKM, juga dihadiri oleh dosen dan mahasiswa pendamping, dinas terkait, Koordinator UMKM Desa Sirnabaya Kecamatan Telukjambe Kabupaten Karawang serta Ketua PKK Desa Sirnabaya

Peserta yang hadir pada acara ini adalah 22 orang pelaku UMKM Desa Sirnabaya Kecamatan Telukjambe Timur Kabupaten Karawang yang belum menggunakan WhatsApp Business.

Tabel 1

Daftar Peserta, Mahasiswa UBP, Dosen Pendamping, Tamu Undangan Pelatihan Optimasi WhatsApp Business

No	Peserta/Pendamping/Tamu Undangan	Jumlah (orang)
1	Pelaku UMKM	22
2	Mahasiswa UBP	80
3	Dosen pendamping dari berbagai bidang	63
	Jumlah	165

Sumber: Laporan Panitia Pelatihan , 2025.

Susunan acara terdapat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2.
 Susunan Acara

No	Waktu	Acara	PIC
1	08.00 - 08.30	Registrasi dan Pretest	Panitia
3	08.30 – 09.00	Pembukaan Indonesia Raya Hymne UBP Karawang Sambutan Panitia Sambutan Rektor UBP Karawang Doa	MC Panitia Panitia Dr. Wanta, S.E., M.M. Prof. Dr. H. Dedi Mulyadi, S.E., M.M. Aji Tuhagana, S.Ag., S.E., M.M.
4	09.00 - 10.30	Materi 1 : Dasar-Dasar Digital Marketing untuk UMKM <ul style="list-style-type: none"> • Pentingnya digital marketing untuk UMKM. • Memahami target pasar dan persaingan. • Memilih platform digital yang tepat (website, media sosial, marketplace). • Contoh UMKM yang menerapkan digital marketing di Malaysia 	Dr. Anim Zalina binti Aziz
5	10.30 - 10.45	Door Prize	Panitia (Mahasiswa)
6	10.45 - 12.30	Materi 2 : Optimasi WhatsApp Bisnis dan Media Sosial untuk Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM	Shandikha Arya Yudha Rahman, S.E., M.M.
7	12.15 - 13.00	Istirahat, sholat, Makan Siang	

Sumber: Laporan Panitia Pelatihan, 2025

Proses acara berlangsung lancar dan tertib. Demikian juga pada saat sesi diskusi, sangat banyak pertanyaan yang disampaikan oleh peserta pelatihan. Seluruh pertanyaan dapat dijawab dengan sangat memuaskan. Hal ini menandakan bahwa antusiasme peserta sangat tinggi, dan pemateri serta instruktur merupakan orang-orang yang kompeten di bidangnya.

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk menilai tingkat keberhasilan program dan menjadi bahan perbaikan bagi kegiatan di masa mendatang. Evaluasi ini mencakup jumlah peserta yang menyelesaikan pelatihan, hasil survei kepuasan peserta, serta masukan dan saran yang diterima.

Jumlah Peserta yang Lulus/Menyelesaikan Pelatihan

Hasil evaluasi (tes) peserta terdapat pada Tabel 3 di bawah ini

Tabel 3
 Jumlah Peserta yang Lulus /Menyelesaikan Pelatihan

No	Peserta	Jumlah (orang)	Jumlah kelulusan (orang)	Persentase kelulusan dari kelompok (%)	Persentase dari jumlah peserta (%)
1	Pelaku UMKM	22	14	63,6	8,5
2	Mahasiswa UBP	80	50	62,5	30,3
3	Dosen pendamping dari berbagai bidang	63	63	100	38,2
	Jumlah	165	127		77,0

Sumber: Laporan Panitia Pelatihan, 2025

Peserta yang dinyatakan lulus telah memenuhi kriteria kehadiran minimal 80%, mengikuti seluruh sesi materi, dan menyelesaikan tugas praktik digital marketing yang diberikan oleh fasilitator. Selain untuk menilai peningkatan keterampilan pelaku UMKM, evaluasi ini dimaksudkan untuk menyeleksi dosen dan mahasiswa calon pendamping UMKM.

Dari hasil evaluasi tersebut tampak bahwa seluruh dosen peserta pelatihan layak menjadi pendamping, sedangkan mahasiswa yang akan diikutsertakan pada pendampingan UMKM hanya 50 orang atau 62.5% dari jumlah mahasiswa yang mendaftar sebagai pendamping UMKM.

Hasil Survei Kepuasan Peserta

Hasil survey kepuasan peserta terdapat pada Tabel 4 di bawah ini

Tabel 4
 Relevansi Materi Pelatihan dan Manfaat bagi Pengembangan UMKM

No	Pilihan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Relevan dan bermanfaat	149	90,3
2	Relevan tidak bermanfaat	0	0
3	Bermanfaat tidak relevan	16	9,7
	Jumlah	165	100%

Sumber: Laporan Panitia Pelatihan, 2025

Sebagian besar peserta menyatakan materi pelatihan relevan dan bermanfaat bagi pengembangan bisnis UMKM mereka.

Tabel 5
 Penyampaian Materi oleh Narasumber

No	Pilihan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Penyampaian materi yang jelas dan interaktif	140	84,8
2	Penyampaian materi jelas tapi tidak interaktif	15	9,1
3	Penyampaian materi kurang jelas	0	0
4	Tidak tahu	10	6,1
	Jumlah	165	100%

Sumber: Laporan Panitia Pelatihan, 2025

Pada umumnya peserta pelatihan menilai penyampaian materi jelas dan interaktif.

Tabel 6
 Ruang Pelatihan

No	Pilihan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	165	100
2	Memuaskan	0	0
3	Kurang Memuaskan	0	0
4	Tidak Memuaskan	0	0
	Jumlah	165	100%

Sumber: Laporan Panitia Pelatihan, 2025

Seluruh peserta pelatihan menilai ruangan yang digunakan untuk pelatihan sangat memuaskan.

Tabel 7
 Perlengkapan Pelatihan

No	Pilihan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	132	80
2	Memuaskan	33	20
3	Kurang Memuaskan	0	0
4	Tidak Memuaskan	0	0
	Jumlah	165	100%

Sumber: Laporan Panitia Pelatihan, 2025

Sebagian besar peserta pelatihan menilai bahwa perlengkapan pelatihan sangat memuaskan.

Tabel 8
 Konsumsi Pelatihan

No	Pilihan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	99	60
2	Memuaskan	66	40
3	Kurang Memuaskan	0	0
4	Tidak Memuaskan	0	0
	Jumlah	165	100%

Sumber: Laporan Panitia Pelatihan, 2025

Dari Tabel 8 tampak bahwa sebagian besar peserta pelatihan menilai bahwa konsumsi yang diberikan kepada peserta pelatihan sangat memuaskan.

Rekapitulasi dari kepuasan peserta pada fasilitas pelatihan terdapat pada Tabel 9 di bawah ini

Tabel 9
 Rekapitulasi

No	Pilihan	Kepuasan Peserta Pelatihan (%)			Rata-rata (%)
		Ruangan	Perlengkapan	Konsumsi	
1	Sangat Memuaskan	100	80	60	80
2	Memuaskan	0	20	40	20
3	Kurang Memuaskan	0	0	0	0
4	Tidak Memuaskan	0	0	0	0
	Jumlah	100	100	100	100

Sumber: Laporan Panitia Pelatihan (Diolah), 2025

Dari tabel 9 di atas dapat disimpulkan bahwa 80% peserta puas dengan fasilitas pelatihan (ruang, perlengkapan, dan konsumsi). Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berjalan dengan baik dan memenuhi harapan mayoritas peserta pelatihan.

Pembahasan

Dari hasil yang telah dijelaskan di atas tampak bahwa pelatihan Optimasi WhatsApp Business efektif. Hal ini ditunjukkan dengan hasil evaluasi pada peserta pelatihan yang tinggi. Menurut Mangkunegara (2017) indikator keberhasilan suatu pelatihan atau training sebagai berikut:

a. Peningkatan keterampilan dan pengetahuan

Meningkatkan kemampuan dan pengetahuan sangat penting untuk mengukur suksesnya suatu pelatihan atau training. Jika pesertanya menjadi lebih kompeten setelah mengikuti pelatihan artinya pelatihan tersebut sangat bermanfaat bagi peserta pelatihan. Demikian juga pada pelatihan Optimasi WhatsApp Business. Mengingat peserta pelatihan yang lulus mencapai 77% maka dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan keterampilan dan pengetahuan dalam optimasi WhatsApp Business pada sebagian besar peserta pelatihan.

b. Tingkat partisipasi peserta

Indikator keberhasilan sebuah training lainnya adalah tingkat partisipasi peserta. Apabila pesertanya aktif sekali dalam mengikuti setiap tahapan pelatihan, hal itu menunjukkan bahwa mereka benar-benar tertarik dan ingin belajar untuk meningkatkan pengetahuan atau skill baru. Pelatihan yang sukses itu ditandai selama prosesnya peserta rajin bertanya, diskusi, atau memberikan masukan.

Selain itu, tingkat partisipasi peserta juga dapat menjadi cerminan dari seberapa bagusnya penyampaian materi sama instruktur. Apabila peserta merasa terlibat dan termotivasi untuk ikut serta aktif, berarti materi yang disampaikan itu relevan, menarik, dan mudah dipahami. Semakin tinggi tingkat partisipasi, maka semakin besar juga kemungkinan pelatihan berhasil. Pada pelatihan Optimasi WhatsApp Business ini para peserta sangat aktif bertanya, hal ini menandakan bahwa mereka sangat tertarik pada materi yang disampaikan selama pelatihan.

c. Penerapan keterampilan di tempat kerja

Penerapan keterampilan di tempat kerja adalah salah satu indikator keberhasilan suatu pelatihan atau training. Ketika lulusan pelatihan dapat menerapkan keterampilan pada pekerjaannya sehari-hari, berarti trainingnya benar-benar bermanfaat.

Penerapan keterampilan di tempat kerja juga bisa bikin Perusahaan atau UMKM menjadi lebih baik, dengan kata lain jika pelaku UMKM memiliki keterampilan baru dengan baik, itu bisa membantu usaha jadi lebih efisien, ningkatin kualitas produk atau layanan, dan membantu capai tujuan-tujuan bisnisnya.

Halnya dengan pelatihan Optimasi WhatsApp Business, pelatihan ini merupakan dasar untuk melakukan pendampingan pada UMKM peserta pelatihan. Dengan demikian maka pelaku UMKM dapat dipastikan menerapkan keterampilan pada usahanya.

d. Tingkat kepuasan peserta

Kepuasan peserta itu penting sekali untuk mengukur suksesnya suatu pelatihan. Apabila peserta menyukai dengan pengalaman yang mereka peroleh dari pelatihan, itu artinya pelatihan berhasil. Misalnya, jika mereka merasa materi pelatihan berguna, cara penyampaiannya efektif, dan suasana pelatihannya menarik, berarti trainingnya sukses membuat mereka puas.

Selain itu, kepuasan peserta juga bisa menunjukkan seberapa jauh tujuan-tujuan pelatihan tercapai. Apabila mereka merasa sudah memperoleh pengetahuan atau keterampilan yang mereka butuhkan dan bisa digunakan di tempat kerjanya, itu berarti pelatihannya bermanfaat. Jadi, kepuasan peserta bisa jadi indikator penting untuk mengevaluasi apakah program pelatihan itu efektif dan sesuai dengan kebutuhan atau tidak.

Selain itu kepuasan yang tinggi juga bisa berdampak positif untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Peserta yang puas dengan pelatihan yang mereka ikuti biasanya lebih semangat dan komitmen pada perusahaan. Selain itu, kepuasan peserta juga bisa membantu perusahaan terlihat sebagai tempat yang peduli dengan pengembangan karyawan dan menyediakan peluang yang baik untuk karier mereka.

Apabila pendapat di atas dikaitkan dengan pelatihan Optimasi WhatsApp Business ini, maka pelatihan dapat dinilai berhasil, hal ini mengingat sebagian besar peserta merasa sangat puas dan sebagian kecil puas baik pada penyampaian materi maupun fasilitas yang disediakan.

e. Retensi

Retensi materi itu penting sekali untuk menjadi indikator keberhasilan sebuah pelatihan. Apabila peserta masih mengingat dan memahami materi pelatihannya setelah beberapa waktu berlalu dari pelatihan, itu artinya pelatihannya berhasil sekali dalam memberikan informasi yang jelas. Misalnya, jika peserta masih dapat menggunakan ilmu atau keterampilan yang mereka peroleh beberapa minggu atau bahkan bulan setelah pelatihan, itu menunjukkan kalau materi pelatihannya memang terserap oleh mereka.

Pada pelatihan Optimasi WhatsApp Business untuk membantu agar pelaku UMKM tetap mengingat dan menerapkan hasil pelatihan maka akan dilanjutkan dengan pendampingan oleh dosen dan mahasiswa pendamping.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil serta pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelatihan Optimasi WhatsApp Business berhasil dalam mencapai indikator keberhasilan pelatihan meliputi keterampilan dan pengetahuan, partisipasi peserta selama pelatihan, kepuasan peserta pada penyampaian materi, fasilitas ruangan, perlengkapan maupun konsumsi.
2. Pelatihan Optimasi WhatsApp Business merupakan awal sebagai dasar pengembangan keterampilan pelaku UMKM, yang akan dilanjutkan dengan pendampingan oleh dosen dan mahasiswa sesuai dengan kebutuhan UMKM yang bersangkutan.

Saran yang dapat diberikan pada kegiatan serupa adalah sebagai berikut

- 1) Menambahkan sesi praktik yang lebih mendalam terkait penggunaan iklan berbayar di platform digital (Facebook Ads, Google Ads).
- 2) Memperpanjang durasi pelatihan atau membuat program lanjutan dengan fokus pada strategi ekspor digital untuk UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi Manda Angraini, D.M., Rahayu, W. D., dan Medika, G., H. 1024. Pendampingan Pemasaran Digital pada Toko Rumah Kita di Kabupaten Pasaman Barat”. Laporan Akhir Kegiatan PkM. Universitas Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi,
- Diantoro, K; Soderi, A dan Juwari. 2024. Pengembangan Strategi Digital Marketing UMKM di Era Digital. *PEMANAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nasional* 4(2), Hal 175-187.
- Mahmud, I., Sholehurrohman, R., Suroto, dan Junaidi. 2023. Strategi Promosi Pondok Pesantren Daruss’adah KH. Asyikin Bandar Lampung melalui Optimalisasi Media Sosial YouTube. *Jurnal Pengabdian Sosial Indonesia. (Journal of Indonesian Social Service)* ISSN:2775-7358 (Online) 3(1).
- Mangkunegara, A.A.A.P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia* Perusahaan, Bandung : Remaja Rosda karya
- Munawar, A., Mekaniwati, A., Setiawan, B., Nurendah, Y., Rainanto, B. H., Marlin, T., Sukanto, A., Muanas, Fadilah, A., Marlina, T., Pamungkas, B., Sutarti. 2023. Pemasaran Digital Kolaborasi PkM untuk Mendukung Promosi dan Penjualan Produk UMKM Kota Bogor Bersama IBIK dan UTHM. *Jati Emas (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)* 7 (3). 147-150.
- Nono, Y., K., M., W., & Purnamawati, A. 2021. Efektivitas Media Komunikasi Bisnis dalam Mempromosikan Koperasi Pegawai Dina Koperasi (KPKD) 12 Juli Jawa Barat. Prodising Seminar Nasional. Adaptasi dan Sinkronisasi Kebijakan Pembangunan Memanfaatkan Momentum *New Normal* Pasca Covid-19 Jatinangor, 21 Desember 2021