



OPTIMASI TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK PEMASARAN PRODUK UMKM MELALUI INTEGRASI LANDING PAGE DAN WHATSAPP BUSINESS

Qona'ah El Hasan¹, Januar Habibi Mahsyar², Dadan Darmawan Muttaqien³, Adit Setiyadi⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Bisnis Digital, Universitas Kuningan

*Corresponding author, E-mail: qonaah.elz@uniku.ac.id

Abstrak

Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran menjadi semakin penting bagi UMKM untuk dapat bersaing dan berkembang di era ekonomi digital, namun beberapa UMKM menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Salah satu strategi yang efektif adalah penggunaan landing page dan WhatsApp Business, yang dapat memberikan kemudahan komunikasi serta meningkatkan keterlibatan pelanggan secara langsung. Landing page berfungsi sebagai pusat informasi dan promosi, sedangkan WhatsApp Bisnis memfasilitasi komunikasi langsung dengan pelanggan. Pengintegrasian ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi pemasaran, memperluas jangkauan pasar, dan memperbaiki interaksi dengan pelanggan. Artikel ini merupakan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Kadugede, Kabupaten Kuningan, dengan tujuan membantu UMKM dalam memanfaatkan landing page yang terintegrasi dengan WhatsApp Business guna memperkuat strategi pemasaran digital mereka. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pelatihan/workshop, yang melibatkan peserta secara langsung dalam praktik pembuatan dan integrasi kedua platform tersebut. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa para peserta mampu membuat landing page dan mengintegrasikan WhatsApp Business dengan baik, sehingga membantu promosi produk UMKM secara lebih luas dan memperlancar komunikasi bisnis hingga tahap penjualan produk. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital seperti landing page dan WhatsApp Business dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan pemasaran dengan memperluas jangkauan pasar dan penjualan UMKM. Pelatihan ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital para pelaku UMKM.

Keywords: Landing Page, WhatsApp Busines, Teknologi Digital, Digital Marketing, UMKM

Abstract

The use of digital technology in marketing is becoming increasingly important for MSMEs to compete and thrive in the digital economy era, but some MSMEs face challenges in utilizing digital technology effectively. One effective strategy is the use of landing pages and WhatsApp Business, which can provide ease of communication and increase direct customer engagement. The landing page serves as a center of information and promotion, while WhatsApp Business facilitates direct communication with customers. This integration is expected to increase marketing efficiency, expand market reach, and improve interaction with customers. This article is the result of community service activities carried out in Kadugede Village, Kuningan Regency, with the aim of assisting MSMEs in utilizing landing pages integrated with WhatsApp Business to strengthen their digital marketing strategies. The method used in this activity is training/workshop, which involves participants actively in the process of creating and integrating the two platforms. The results of this activity showed that the participants were able to create a landing page and integrate WhatsApp Business well, thus helping to promote MSME products more widely. This shows that the utilization of digital technology such as landing pages and WhatsApp Business can be an effective strategy in improving marketing by expanding the market reach and sales of MSMEs. This training also has a positive impact on increasing the digital literacy of MSME players.

Keywords: Landing Page, WhatsApp Business, Digital Technology, Digital Marketing, MSMEs

PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh dosen dalam memenuhi Tri Dharma perguruan tinggi, dimana para akademisi tersebut ikut serta terjun ke masyarakat untuk memberikan ilmu pengetahuan, teknologi dan aksi yang bermanfaat bagi masyarakat. Menurut Indah Diah (2022) banyak yang bisa dilakukan untuk melaksanakan pengabdian masyarakat, misalnya mengadakan sosialisasi, pelatihan, workshop, kerja lapangan, penyaluran bantuan, aksi sosial dan lain sebagainya.

Salah satu concern dalam pengabdian masyarakat adalah fokus pada peningkatan pengetahuan di bidang teknologi, khususnya teknologi digital. Pengabdian masyarakat ini juga. Digitalisasi dalam bisnis telah menjadi kebutuhan utama, terutama bagi UMKM yang ingin meningkatkan pemasaran produknya. Landing page menjadi salah satu tools digital yang berpotensi besar untuk meningkatkan pemasaran UMKM, dimana landing page ini berperan sebagai halaman web yang khusus dirancang untuk mengumpulkan dan mengarahkan pengunjung pada tujuan tertentu, seperti pembelian produk atau pendaftaran layanan. Pembuatan landing page merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan pengalaman pengunjung di laman/website suatu usaha, karena ketika pengunjung sudah merasa nyaman saat menjelajah website, mereka akan tertarik melakukan aktivitas online lainnya yang berakhir dengan pembelian produk Nirmala & Mulyati (2023).

Landing page dapat meningkatkan konversi dan mempermudah calon pelanggan untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat melalui penyediaan informasi yang terstruktur dan menarik. Berdasarkan penelitian, yang dilakukan oleh Trisnawati & Rusdianto (2024), optimalisasi landing page juga menjadi pilihan strategi digital marketing yang bisa diterapkan oleh perusahaan karena landing page mampu mendorong brand awareness dan memperkuat posisi. Namun, di lapangan kebanyakan UMKM di desa belum memanfaatkan landing page secara optimal.

Penggunaan elemen visual yang menarik dan ajakan bertindak (call to action) yang jelas sangat berpengaruh terhadap efektivitas landing page. Landing page yang dioptimalkan dapat meningkatkan konversi hingga 30% lebih tinggi dibandingkan halaman web biasa. Landing page dapat memudahkan pengunjung dalam mengetahui informasi umum, menu favorit, serta kontak mengenai suatu bisnis Afrizal et al. (2024). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cordelia Izaak & Rahma Hismawan, (2023) juga disebut bahwa yang menyimpulkan bahwa landing page yang dirancang dengan baik dapat memberikan pengalaman berbelanja yang terarah dan efisien bagi konsumen.

Selain platform tersebut, WhatsApp Bisnis juga merupakan alat komunikasi yang efektif untuk UMKM, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Platform ini menawarkan berbagai fitur yang mendukung interaksi yang lebih baik dengan pelanggan, seperti balasan otomatis, katalog produk, dan label untuk mengorganisir pesan. Integrasi antara WhatsApp Bisnis dan landing page dapat menjadi solusi strategis untuk mengatasi keterbatasan ini, dengan memungkinkan UMKM untuk mengelola komunikasi pelanggan secara lebih efisien dan terstruktur. Sementara itu, WhatsApp Business, dengan fitur seperti pesan otomatis dan katalog produk, telah terbukti meningkatkan efisiensi komunikasi dan layanan pelanggan. Jadi Landing page bisa dikatakan sebagai suatu laman dengan tampilan tunggal yang memfokuskan pada suatu topik atau tema tertentu, biasanya digunakan untuk menawarkan produk, jasa, ataupun acara.

Penelitian yang dipublikasikan oleh Ekasmara & Santoso (2020) mengemukakan bahwa perlu adanya sebuah aplikasi portal landing page e-commerce yang akan menjadi sebuah situs yang memiliki tujuan spesifik, yaitu melakukan jual beli dan mengumpulkan banyak sumber ke dalam satu website dalam bentuk yang seragam.

Dalam konteks UMKM, penerapan teknologi digital seperti landing page dan WhatsApp Bisnis dapat meningkatkan daya saing UMKM dengan membuka akses yang

lebih luas ke pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Dengan mengintegrasikan kedua alat ini, UMKM di desa ini dapat memanfaatkan potensi digital secara maksimal, sehingga meningkatkan efektivitas pemasaran mereka. Integrasi antara landing page dan aplikasi komunikasi seperti WhatsApp Business dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung proses pemasaran digital. Lebih lanjut, penggunaan WhatsApp Business dalam bisnis kecil dan menengah juga disebut dapat meningkatkan interaksi dan loyalitas pelanggan melalui pesan yang lebih personal dan responsif.

Implementasi teknologi dalam digital marketing bukannya tanpa tantangan. Banyak pelaku UMKM di desa memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan alat-alat digital tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan pendampingan dan pelatihan untuk memastikan bahwa teknologi ini dapat digunakan dengan efektif dan memberikan manfaat yang maksimal. Pendekatan ini tidak hanya membantu UMKM dalam aspek teknis, tetapi juga dalam memahami bagaimana cara memanfaatkan teknologi untuk strategi pemasaran yang lebih baik.

Pentingnya penggunaan landing page dan WhatsApp Bisnis bagi UMKM di Desa Kadugede mendorong pelatihan ini untuk mengeksplorasi dampak dari teknologi tersebut terhadap digital marketing UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana pengintegrasian kedua alat ini dapat mendukung pemasaran digital UMKM dan meningkatkan hasil bisnis mereka. Berbekal temuan-temuan ini, kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Kadugede ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan digital 20 UMKM melalui pelatihan pembuatan landing page dan penggunaan WhatsApp Business.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan pemahaman tentang penggunaan teknologi digital untuk UMKM di daerah pedesaan. Implementasi pada pengabdian masyarakat ini diharapkan akan menjadi referensi bagi UMKM lain yang ingin

mengadopsi strategi digital marketing yang lebih efektif dan efisien.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui kegiatan pelatihan dalam beberapa tahapan, dengan fokus utamanya pada pembuatan landing page dan penggunaan WhatsApp Business. Peserta yang terdiri dari 20 pelaku UMKM dibimbing secara langsung dalam setiap tahap proses pembuatan dan integrasi kedua platform tersebut.

Tahap pertama dimulai dengan pemberian materi teori mengenai pentingnya digitalisasi dalam bisnis modern. Peserta diperkenalkan dengan konsep digital marketing dan bagaimana teknologi digital dapat meningkatkan daya saing usaha mereka. Selanjutnya, diberikan tutorial dasar tentang pembuatan landing page menggunakan platform gratis seperti Canva. Peserta didorong untuk mendesain landing page sederhana yang menampilkan produk atau jasa mereka, dengan memperhatikan elemen visual yang menarik dan informatif.

Pada tahap kedua, peserta mempelajari penggunaan WhatsApp Business sebagai alat komunikasi efektif dengan pelanggan. Materi yang disampaikan meliputi pengaturan profil bisnis, penggunaan fitur katalog, dan penjadwalan pesan otomatis. Selanjutnya, peserta dibimbing dalam mengintegrasikan WhatsApp Business dengan landing page yang telah mereka buat, termasuk penempatan tombol call-to-action yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan.

Tahap ketiga difokuskan pada pengoptimalan landing page dan WhatsApp Business. Peserta diajari cara memperpendek link landing page menggunakan layanan pemendek URL yang sesuai dengan branding usaha mereka. Selain itu, mereka mempraktikkan teknik penulisan call-to-action yang menarik untuk mendorong interaksi pelanggan, dengan mengintegrasikan whatsapp business tersebut kedalam landing page.

PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat ini berfokus pada pengintegrasian landing page dengan WhatsApp Bisnis untuk meningkatkan digital marketing UMKM di Desa Kadugede. Kegiatan ini berlangsung secara interaktif dimana para peserta tidak hanya hadir sebagai pendengar, tetapi juga aktif berpartisipasi dalam tanya jawab serta praktik yang langsung dipandu oleh narasumber. Para peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti setiap sesi pelatihan, terutama saat mendesain landing page untuk produk usahanya masing-masing dengan menggunakan platform Canva.



Gambar 1. Penyampaian materi

Pemilihan Canva sebagai alat desain didasarkan pada pertimbangan bahwa platform ini menawarkan kemudahan penggunaan dan akses gratis, sehingga sesuai dengan kebutuhan dan keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh UMKM.

Selama sesi pelatihan, peserta diajarkan langkah-langkah dasar dalam mendesain landing page yang menarik dan informatif. Mereka belajar memilih template yang sesuai, mengatur tata letak, memilih palet warna yang konsisten dengan branding usaha, serta memasukkan elemen visual seperti gambar dan ikon yang relevan. Pendekatan praktis ini memungkinkan peserta untuk langsung menerapkan pengetahuan yang diperoleh, sehingga meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam desain digital.

Selain aspek desain, materi pelatihan juga menekankan pentingnya penggunaan elemen Call to Action (CTA) yang efektif

pada landing page. Peserta diberikan pemahaman mengenai fungsi CTA dalam mendorong pengunjung melakukan tindakan tertentu, seperti melakukan pembelian, menghubungi penjual, atau mendaftar untuk informasi lebih lanjut. Mereka diajarkan cara merancang CTA (*Call To Action*) yang menarik, termasuk pemilihan kata-kata yang persuasif, penempatan yang strategis, dan desain tombol yang menonjol.

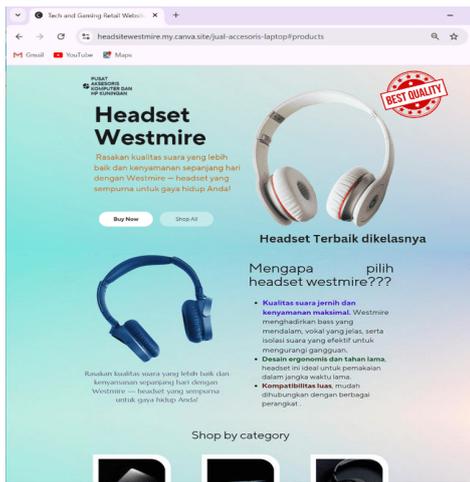


Gambar 2. Praktik pembuatan landing page

Untuk memudahkan distribusi dan aksesibilitas landing page yang telah dibuat, peserta juga dilatih cara memperpendek tautan (link) menggunakan layanan pemendek URL. Mereka belajar bagaimana membuat tautan yang lebih ringkas dan mudah diingat, serta menyesuaikan tautan tersebut agar sesuai dengan branding usaha masing-masing. Langkah ini penting untuk mempermudah proses berbagi tautan melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial dan platform pesan instan seperti WhatsApp Business.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa seluruh peserta berhasil membuat dan mengoptimalkan landing page yang terintegrasi dengan WhatsApp Business. Mereka mampu menerapkan prinsip-prinsip desain yang telah diajarkan, menggunakan CTA yang efektif, dan memanfaatkan tautan yang dipersingkat untuk memudahkan komunikasi dengan pelanggan. Peningkatan keterampilan ini berpotensi meningkatkan efektivitas pemasaran digital dan memperluas

jangkauan pasar bagi UMKM di Desa Kadugede.



Gambar 3. Salah satu landing page yang dibuat peserta

WhatsApp Bisnis berfungsi sebagai alat komunikasi yang efisien, memfasilitasi interaksi langsung antara UMKM dan pelanggan. Dengan fitur seperti balasan otomatis, label, dan katalog produk, UMKM dapat mengelola komunikasi dengan lebih terstruktur dan responsif. Hasil implementasi menunjukkan bahwa banyak UMKM mengalami peningkatan dalam jumlah interaksi pelanggan dan respons yang lebih cepat terhadap pertanyaan dan keluhan, yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

Integrasi antara landing page dan WhatsApp Business menjadi fokus utama dalam pelatihan ini. Peserta diajarkan cara menambahkan tombol atau tautan langsung ke WhatsApp pada landing page mereka, sehingga pengunjung dapat dengan mudah menghubungi penjual untuk melakukan pemesanan atau menanyakan informasi lebih lanjut. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan interaksi antara UMKM dan pelanggan, serta mempercepat proses transaksi.



Gambar 4. Pengintegrasian Landingpage dengan Whatsapp bisnis

Kegiatan ini memberikan nilai tambah yang signifikan bagi para peserta. UMKM yang mengikuti pelatihan mampu membuat landing page yang menarik dan fungsional, serta memanfaatkan WhatsApp Business untuk komunikasi lebih efektif dengan pelanggan.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan perubahan signifikan dalam strategi pemasaran digital para pelaku UMKM desa. Landing page yang dirancang sebagai pusat informasi dan promosi produk UMKM memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi yang relevan dan melakukan pembelian. Integrasi ini memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan teknologi secara optimal, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan visibilitas produk UMKM tersebut.

Indikator keberhasilan utama adalah peningkatan kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi digital untuk usaha peserta. Sebanyak 85% peserta berhasil membuat landing page yang sesuai dengan standar yang diajarkan dan mulai memaksimalkan WhatsApp Business untuk melakukan komunikasi bisnis dengan pelanggan. Sisanya 15% peserta mengalami beberapa kendala untuk membuat landing page pada saat pelatihan. Beberapa kendala yang dihadapi tersebut adalah perangkat smartphone peserta yang kurnag memadai seperti storage nya sudah penuh sehingga tidak bisa menginstal Whatsapp Bisnis, namun 15% peserta tersebut ikut membantu peserta lain membuat landing page dan menghubungkannya dengan whatsapp business sehingga mereka tetap bisa menyelesaikan tugasnya diluar pelatihan. Tantangan lain yang dihadapi adalah keterbatasan waktu untuk mendalami setiap aspek teknologi digital yang diajarkan, serta tingkat pemahaman teknologi digital yang berbeda-beda di antara peserta.

Selain peningkatan keterampilan teknis, pelatihan ini juga memberikan dampak positif terhadap literasi digital para pelaku UMKM. Mereka menjadi lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk

mendukung operasional dan pemasaran usaha. Kesadaran akan pentingnya kehadiran online dan interaksi digital dengan pelanggan juga meningkat, yang merupakan langkah penting dalam adaptasi terhadap perkembangan pasar modern. Dampak positif lain, terjadi peningkatan interaksi digital antara UMKM dan pelanggan mereka, seperti peningkatan jumlah pertanyaan produk melalui WhatsApp.

Beberapa program pengabdian masyarakat lainnya yang berfokus pada pemanfaatan teknologi digital untuk UMKM diantaranya pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Margareta & Rochmania (2024), yang melaksanakan pelatihan WhatsApp Business dan hasilnya UMKM lebih memilih Whatsapp Business sebagai alat komunikasi dengan pelanggan.

Selain itu, Eko Setia Budi et al. (2024) dalam publikasi pengabdian kepada masyarakatnya menyatakan bahwa optimalisasi penggunaan WhatsApp Business sebagai sarana pengembangan pemasaran produk anggota PKK efektif dalam meningkatkan penjualan dan interaksi dengan pelanggan. Selanjutnya, Triana Elizabeth et al., (2022) juga mengatakan bahwa pelatihan penggunaan aplikasi WhatsApp Business sebagai media pemasaran online berhasil meningkatkan kemampuan pemasaran digital dan penjualan toko tersebut dimana ditemukan peningkatan penjualan berdasarkan produk yang dipromosikan melalui fitur katalog dan broadcast message setelah penggunaan aplikasi WhatsApp Business, begitupun dengan (Lesmana et al., 2024) bahwa dengan membuat landing page dapat meningkatkan pemahaman digital marketing peserta. Temuan dari berbagai program pengabdian tersebut sejalan dengan hasil yang diperoleh dalam kegiatan pelatihan di Desa Kadugede ini, dimana Landing page dan Whatsapp Business dapat meningkatkan pemahaman dan kesuksesan pemasaran UMKM, serta membantu mempromosikan produk mereka secara lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital seperti landing page dan WhatsApp Business dapat menjadi strategi efektif dalam

meningkatkan pemasaran dan penjualan UMKM.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan kemampuan digital para pelaku UMKM di Desa Kadugede. Peserta mampu membuat landing page dan menggunakan WhatsApp Business, yang pada akhirnya mendukung kegiatan bisnis mereka. Penggunaan Landing page dan Whatsapp Business dapat meningkatkan pemahaman dan kesuksesan pemasaran UMKM, serta membantu mempromosikan produk mereka secara lebih luas. Rekomendasi untuk pelatihan selanjutnya, disarankan untuk melanjutkan pelatihan dengan fokus pada pengembangan konten digital lain dengan menggunakan teknologi Artificial Intelligence dan penggunaan strategi pemasaran digital lainnya untuk lebih mendukung kebutuhan bisnis UMKM di masa depan.

PUSTAKA

- Afrizal, M., Nurhidayat, I., Putra, Y. A., & Rosyani, P. (2024). *BIIKMA : Buletin Ilmiah Ilmu Komputer dan Multimedia Perancangan Dan Pengembangan Situs Web Landing Page Dengan Metode Waterfall Pada PT. Orion Makmur Bersama*. 2(1).
<https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma>
- Cordelia Izaak, W., & Rahma Hismawan, F. (2023). *OPTIMALISASI WEBSITE MENGGUNAKAN LANDING PAGE SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PRODUK PARFUM FRESH FUSION DI ERA DIGITAL*. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 3, Issue 3).
https://jurnalkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Ekasmara, A. S., & Santoso, N. (2020). *Pengembangan Web Portal Landing Page E-Commerce Dengan Pola Single Page Application* (Vol. 4, Issue 8). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Eko Setia Budi, Ade Priyatna, Eva Zuraidah, Sanwani, Dito Tri Ardana, Aprilia Dimas Sahid, Ghifary Rafy Pratama, Kenji Ferdian Santosa, & Muhamad Irfan.

- (2024). Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi Whatsapp Business Dalam Mengembangkan Penjualan Produk Pada UMKM. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 293–299.
<https://doi.org/10.47065/jpm.v4i3.1627>
- Erica Trisnawati, & R. Yuniardi Rusdianto. (2024). Transformasi Pemasaran Di Era Digital: Optimalisasi Landing Page Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Jasa Pengepul Sampah-Karung Sampah. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 06–13.
<https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i2.676>
- Indah Diah. (2022). SOSIALISASI: “PENTINGNYA EMPATI DAN RASA BERGOTONG-ROYONG” DI DUSUN SAMBONG DURAN. *Sarwahita*, 18(02), 197–209.
<https://doi.org/10.21009/sarwahita.182.8>
- Margareta, S., & Rochmania, A. (2024). Pendampingan penggunaan fitur whatsapp business sebagai pendukung promosi penjualan UMKM di kabupaten Sidoarjo. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(1).
- Nirmala, E., & Mulyati, S. (2023). KOMMAS: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang*.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kommas218>
- Surya Lesmana, A., Satria Ganefi, H., & Darmawan Muttaqien, D. (2024). *ABDI DOSEN DEVELOPING LANDING PAGES AS DIGITAL MARKETING TOOLS FOR MSME PRACTITIONERS IN CIGUGUR: AN EDUCATIONAL APPROACH*.
<http://pkm.uika-bogor.ac.id/index.php/ABDIDOS/issue/archive>
- Triana Elizabeth, Derry Alamsyah, & Yoannita. (2022). Pelatihan Penggunaan Aplikasi WhatsApp Business Sebagai Media Pemasaran Online pada Toko CCTV Grosir Cabang Palembang. *Journal Pengabdian Kepada Masyarakat Fordicate*, 1(2).