Edukasi Blogger.com untuk Promosi Koperasi Desa Merah Putih

Fuadi[1], Nia Latifah[2], Loyal Septian Arafat Saragih[3], Alya Fitria[4], Ana Septiana[5]
[1, 2, 3, 4, 5)] Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang Kampus Kota Srang
dosen02869@unpam.ac.id

Abstrak
Pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu alternatif bagi koperasi desa untuk memperluas penyebaran informasi dan mendukung kegiatan promosi. Keterbatasan keterampilan digital dan belum optimalnya penggunaan media informasi berbasis website dapat menjadi kendala dalam pengembangan promosi koperasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan edukasi dan pendampingan pemanfaatan Blogger.com sebagai platform website gratis untuk mendukung promosi Koperasi Desa Merah Putih di Desa Ketapang, Kecamatan Wanasalam, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Kegiatan dilaksanakan pada 8–9 Oktober 2026 dengan melibatkan 15 peserta. Metode pelaksanaan meliputi edukasi mengenai manfaat promosi digital, pengenalan Blogger.com, praktik pembuatan blog, dan pendampingan pengelolaan informasi koperasi. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa pengurus koperasi mampu membuat blog koperasi sebagai langkah awal penyediaan media informasi digital. Dokumentasi foto tersedia sebagai bukti pendukung pelaksanaan kegiatan. Namun, evaluasi formal menggunakan pre-test dan post-test tidak dilakukan. Alamat blog dan jumlah konten yang dipublikasikan juga belum tersedia dalam data pelaksanaan yang digunakan untuk menyusun artikel ini. Oleh karena itu, hasil kegiatan belum dapat digunakan untuk menyimpulkan adanya peningkatan pengetahuan secara kuantitatif, peningkatan kunjungan website, atau dampak terhadap penjualan. Kegiatan ini memberikan pengalaman praktis bagi pengurus koperasi untuk memulai pemanfaatan media digital. Keberlanjutan pengelolaan, pembaruan konten, dan pengukuran dampak promosi perlu menjadi perhatian pada kegiatan pendampingan berikutnya.

Kata kunci: Blogger.com, digital marketing, koperasi desa, pengabdian kepada masyarakat, promosi digital.

Abstract
Digital technology offers village cooperatives an alternative way to disseminate information and support promotional activities. Limited digital skills and the suboptimal use of website-based information channels may constrain cooperative promotion. This community service program aimed to provide education and assistance in using Blogger.com as a free website platform to support the promotion of the Merah Putih Village Cooperative in Ketapang Village, Wanasalam District, Lebak Regency, Banten Province, Indonesia. The activity was conducted on October 8–9, 2026, involving 15 participants. The implementation method included education on digital promotion, an introduction to Blogger.com, practical blog creation, and assistance in managing cooperative information. The implementation results indicated that the cooperative administrators were able to create a cooperative blog as an initial step toward establishing a digital information channel. Photographic documentation was available as supporting evidence of the activity. However, no formal pre-test or post-test evaluation was conducted. The blog URL and the number of published posts were also unavailable in the implementation data used to prepare this article. Consequently, the results do not support quantitative claims about increased knowledge, website traffic, or sales performance. The activity provided cooperative administrators with practical experience in beginning to use digital media. Sustainable management, regular content updates, and the measurement of promotional impact should be addressed in subsequent assistance programs.

Keywords: *Blogger.com, digital marketing, village cooperative, community service, digital promotion.*

PENDAHULUAN

Koperasi merupakan salah satu kelembagaan ekonomi yang berperan dalam mendukung kegiatan ekonomi masyarakat melalui pengelolaan usaha bersama, pelayanan kepada anggota, dan pengembangan potensi ekonomi lokal. Dalam lingkungan bisnis yang semakin terdigitalisasi, koperasi perlu mengembangkan cara penyampaian informasi yang mudah diakses oleh anggota maupun masyarakat. Promosi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi mengenai produk dan layanan, tetapi juga mencakup upaya membangun identitas kelembagaan, menyediakan informasi yang konsisten, dan mempermudah komunikasi dengan masyarakat.

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi organisasi dan pelaku usaha untuk memanfaatkan berbagai saluran komunikasi dalam kegiatan pemasaran. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2022) membahas strategi, implementasi, dan praktik pemasaran digital sebagai bagian dari pengembangan kegiatan pemasaran. Dalam konteks koperasi, pemanfaatan media digital dapat diarahkan untuk memperkenalkan profil kelembagaan, menjelaskan unit usaha, menyajikan informasi produk, dan menyediakan kontak yang dapat digunakan masyarakat untuk memperoleh informasi lebih lanjut. Website merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk menghimpun informasi tersebut secara terstruktur. Informasi mengenai profil, kegiatan, produk, dan kontak koperasi dapat disajikan dalam satu media yang dapat diakses secara daring. Dengan demikian, website berpotensi menjadi pusat informasi yang melengkapi saluran komunikasi lain yang telah digunakan oleh koperasi.

Kotler dan Armstrong (2021) menempatkan penciptaan nilai pelanggan dan pengembangan hubungan sebagai bagian penting dalam pemasaran. Dalam penerapannya pada koperasi, prinsip tersebut dapat diterjemahkan melalui penyediaan informasi yang jelas, relevan, dan mudah dipahami. Informasi yang terstruktur dapat membantu masyarakat mengenali koperasi dan memahami layanan yang tersedia. Namun, media digital tetap harus didukung oleh pengelolaan layanan yang baik agar dapat berfungsi secara efektif.

Tantangan digitalisasi tidak hanya berhubungan dengan ketersediaan perangkat atau jaringan internet, tetapi juga dengan kemampuan pengguna memanfaatkan teknologi secara produktif. Warschauer (2004) menjelaskan bahwa kesenjangan digital perlu dipahami dengan mempertimbangkan akses teknologi, keterampilan, dan partisipasi sosial. Oleh karena itu, program digitalisasi bagi koperasi tidak cukup hanya memperkenalkan suatu platform. Pengurus juga perlu memperoleh kesempatan untuk mempraktikkan penggunaannya dan memahami cara mempertahankan media tersebut setelah kegiatan pelatihan selesai.

Koperasi Desa Merah Putih di Desa Ketapang, Kecamatan Wanasalam, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten, menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Berdasarkan permasalahan yang diidentifikasi dalam rancangan kegiatan, promosi koperasi membutuhkan dukungan media informasi digital yang lebih terstruktur. Keterbatasan kemampuan teknis dan kebutuhan akan media promosi dengan biaya awal rendah menjadi pertimbangan dalam pemilihan platform pelatihan.

Blogger.com dipilih sebagai platform yang diperkenalkan kepada pengurus koperasi karena dapat digunakan untuk membuat dan mengelola blog secara daring. Platform ini dapat dimanfaatkan untuk menyajikan profil organisasi, artikel kegiatan, serta informasi produk atau layanan. Penggunaan platform gratis berpotensi mengurangi kebutuhan biaya awal untuk membangun media informasi berbasis website. Meskipun demikian, penggunaan platform tersebut tetap membutuhkan perangkat, koneksi internet, keterampilan pengelola, dan komitmen untuk memperbarui konten.

Purwana et al. (2017) membahas pemanfaatan digital marketing bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah sebagai salah satu bentuk penerapan media digital dalam kegiatan usaha. Sementara itu, Astuti et al. (2020) membahas pengembangan UMKM melalui digitalisasi teknologi dan integrasi akses permodalan. Kajian tersebut memberikan konteks mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi dalam pengembangan kegiatan ekonomi. Akan tetapi, penerapan teknologi tetap perlu disesuaikan dengan karakteristik pengguna dan kebutuhan mitra.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan edukasi dan pendampingan kepada pengurus Koperasi Desa Merah Putih dalam membuat blog menggunakan Blogger.com sebagai langkah awal pengembangan media promosi

digital. Tujuan khusus kegiatan meliputi pengenalan fungsi blog sebagai media informasi, pemberian pengalaman praktik pembuatan blog, dan pengenalan pengelolaan informasi koperasi melalui media digital. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal untuk mendorong pengurus koperasi memanfaatkan teknologi secara lebih terstruktur. Selain itu, pengalaman pelaksanaan dapat menjadi bahan evaluasi untuk merancang pendampingan lanjutan yang lebih terukur, terutama dalam pengelolaan konten dan pengukuran penggunaan media promosi.

METODE

Lokasi dan waktu pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 8–9 Oktober 2026 di Desa Ketapang, Kecamatan Wanasalam, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Mitra kegiatan adalah Koperasi Desa Merah Putih Desa Ketapang. Kegiatan melibatkan 15 peserta yang menjadi sasaran edukasi dan praktik pemanfaatan Blogger.com untuk mendukung promosi koperasi.

Pendekatan pelaksanaan

Kegiatan menggunakan pendekatan edukasi partisipatif dengan penekanan pada praktik langsung. Pendekatan ini bertujuan memberikan pemahaman mengenai fungsi media digital sekaligus pengalaman awal dalam membuat blog. Pelaksanaan kegiatan diarahkan pada kebutuhan mitra untuk mulai menggunakan media informasi digital yang relatif mudah diakses.

Tahapan kegiatan dijelaskan sebagai berikut.

Pertama, pengenalan kebutuhan promosi digital. Peserta diperkenalkan pada pentingnya media informasi digital bagi koperasi. Materi diarahkan pada fungsi website atau blog untuk menyajikan identitas kelembagaan, informasi unit usaha, produk atau layanan, dan kontak koperasi.

Kedua, edukasi penggunaan Blogger.com. Peserta memperoleh penjelasan mengenai fungsi Blogger.com dan tahapan dasar pembuatan blog. Materi mencakup pengenalan platform, pengelolaan halaman, penyusunan informasi, dan publikasi konten. Penyampaian materi disesuaikan dengan kebutuhan pengurus sebagai calon pengelola media informasi koperasi.

Ketiga, praktik pembuatan blog koperasi. Peserta mengikuti praktik pembuatan blog dengan pendampingan. Fokus praktik adalah membantu pengurus memahami proses awal pembuatan blog dan memanfaatkannya sebagai media informasi koperasi. Capaian yang dikonfirmasi dalam data pelaksanaan adalah bahwa pengurus koperasi mampu membuat blog koperasi.

Keempat, pengenalan pengelolaan informasi. Peserta diperkenalkan pada jenis informasi yang dapat disajikan melalui blog, seperti profil koperasi, kegiatan, unit usaha, produk, layanan, dan kontak. Kelengkapan halaman, jumlah konten yang dipublikasikan, dan alamat blog perlu diperiksa melalui dokumentasi atau akses langsung ke blog yang dihasilkan.

Kelima, dokumentasi kegiatan. Foto kegiatan dikumpulkan sebagai bukti pendukung pelaksanaan. Dokumentasi tersebut dapat digunakan dalam laporan kegiatan maupun artikel ilmiah, dengan keterangan yang sesuai dengan aktivitas yang benar-benar terlihat pada foto.

Evaluasi kegiatan

Evaluasi formal melalui pre-test dan post-test tidak dilakukan. Oleh karena itu, artikel ini melaporkan capaian berdasarkan informasi pelaksanaan yang tersedia, yaitu tanggal kegiatan, jumlah peserta, kemampuan pengurus membuat blog, dan ketersediaan dokumentasi foto. Ketiadaan evaluasi formal membatasi kemampuan untuk mengukur perubahan pengetahuan peserta secara kuantitatif. Selain itu, alamat blog, jumlah konten yang dipublikasikan, statistik kunjungan, dan data transaksi belum tersedia. Dengan demikian, dampak terhadap jangkauan promosi dan kinerja usaha belum dapat diukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan edukasi dan pendampingan

Kegiatan edukasi pemanfaatan Blogger.com dilaksanakan selama dua hari, yaitu 8–9 Oktober 2026, dengan melibatkan 15 peserta dari mitra Koperasi Desa Merah Putih Desa Ketapang. Kegiatan berfokus pada pengenalan media promosi digital dan praktik pembuatan blog koperasi. Pelaksanaan kegiatan menjadi langkah awal untuk memperkenalkan pengelolaan

informasi koperasi melalui media digital. Melalui edukasi dan praktik, pengurus memperoleh pengalaman menggunakan platform blog sebagai alternatif penyampaian informasi. Kegiatan ini relevan dengan kebutuhan koperasi yang memerlukan media informasi yang dapat diakses secara daring dan berpotensi dikelola tanpa biaya awal untuk berlangganan layanan website berbayar.

Capaian utama yang dapat dilaporkan adalah bahwa pengurus koperasi mampu membuat blog koperasi. Capaian tersebut menunjukkan adanya hasil praktis berupa kemampuan awal menggunakan platform. Namun, capaian ini tidak dapat ditafsirkan sebagai bukti bahwa seluruh peserta telah menguasai semua aspek pengelolaan website atau bahwa promosi koperasi telah meningkat.

Tabel Ringkasan pelaksanaan kegiatan

Komponen	Keterangan
Mitra	Koperasi Desa Merah Putih Desa Ketapang
Lokasi	Desa Ketapang, Kecamatan Wanasalam, Kabupaten Lebak, Banten
Tanggal pelaksanaan	8–9 Oktober 2026
Jumlah peserta	15 orang
Platform yang diperkenalkan	Blogger.com
Capaian yang dilaporkan	Pengurus mampu membuat blog koperasi
Evaluasi formal	Tidak dilakukan
Dokumentasi	Foto kegiatan tersedia
URL blog	Belum tersedia dalam data laporan
Jumlah konten yang dipublikasikan	Belum tersedia dalam data laporan

Sumber: Data pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa informasi yang telah terkonfirmasi meliputi waktu pelaksanaan, jumlah peserta, platform yang digunakan, dan capaian berupa kemampuan pengurus membuat blog. Informasi mengenai alamat blog dan jumlah konten masih perlu dilengkapi untuk memperkuat bukti luaran kegiatan

Dokumentasi foto menjadi salah satu bukti pendukung pelaksanaan kegiatan. Foto bersama peserta memperlihatkan spanduk kegiatan yang memuat tema edukasi pemanfaatan Blogger.com sebagai website gratis untuk mendukung promosi Koperasi Desa Merah Putih di Desa Ketapang. Foto lainnya memperlihatkan interaksi antara pelaksana dan peserta dalam rangkaian kegiatan.

Dokumentasi visual membantu memperlihatkan bahwa kegiatan telah dilaksanakan dan memberikan konteks terhadap pelaporan pengabdian kepada masyarakat. Namun, foto kegiatan tidak dapat menggantikan data evaluasi keterampilan atau bukti teknis hasil blog. Untuk memperkuat dokumentasi luaran, tangkapan layar blog, alamat URL, serta contoh konten yang benar-benar dipublikasikan perlu dilampirkan jika tersedia.

Dokumentasi Kegiatan dengan Peserta PKM



Foto bersama dalam rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat

Pembuatan blog sebagai langkah awal promosi digital

Blog koperasi dapat digunakan sebagai pusat informasi yang memuat profil kelembagaan, kegiatan, unit usaha, produk, layanan, dan kontak. Struktur tersebut dapat membantu pengelola menyusun informasi secara lebih sistematis dibandingkan dengan penyampaian informasi yang tersebar pada beberapa saluran komunikasi. Dalam kegiatan ini, kemampuan pengurus membuat blog merupakan capaian awal karena penggunaan media digital memerlukan pengalaman langsung. Pelatihan berbasis praktik memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengenali fungsi platform dan mencoba tahapan pembuatannya. Walaupun demikian, kemampuan membuat blog merupakan tahap awal yang berbeda dari kemampuan mengelola website secara berkelanjutan.

Agar blog berfungsi sebagai media promosi, pengelola perlu melengkapi informasi dasar koperasi, menggunakan foto yang sesuai, menulis deskripsi produk atau layanan dengan jelas, dan memastikan informasi kontak benar. Informasi yang dipublikasikan juga harus diperiksa agar tidak menimbulkan kesalahan mengenai harga, ketersediaan produk, atau layanan koperasi. Alamat blog dan jumlah konten yang telah dipublikasikan belum tersedia dalam data pelaksanaan yang digunakan untuk artikel ini. Oleh sebab itu, artikel ini tidak mencantumkan URL maupun menyatakan bahwa target jumlah konten tertentu telah tercapai. Data tersebut perlu ditambahkan setelah blog diperiksa secara langsung. Bukti berupa tangkapan layar halaman utama, halaman profil, dan contoh konten akan memperkuat dokumentasi hasil kegiatan.

Relevansi Blogger.com bagi koperasi desa

Pemilihan platform gratis memiliki relevansi bagi organisasi yang perlu memulai promosi digital dengan sumber daya terbatas. Blogger.com memungkinkan pengelola memublikasikan informasi dalam bentuk artikel dan halaman yang dapat diakses secara daring. Platform ini dapat menjadi alternatif awal sebelum koperasi mempertimbangkan pengembangan website dengan fitur yang lebih kompleks. Meskipun demikian, penggunaan platform gratis tidak secara otomatis menjamin efektivitas pemasaran. Kualitas media promosi juga dipengaruhi oleh relevansi konten, konsistensi pembaruan, kemudahan akses, dan kemampuan pengelola menjawab kebutuhan informasi masyarakat. Blog yang tidak diperbarui atau berisi informasi yang tidak lengkap dapat kehilangan manfaatnya sebagai sumber informasi.

Dalam konteks ini, hasil kegiatan perlu dipahami sebagai langkah awal pemberdayaan digital, yaitu memperkenalkan dan mempraktikkan pembuatan blog koperasi. Untuk menjadikannya sebagai media promosi yang berfungsi secara berkelanjutan, pengurus perlu memiliki jadwal pembaruan, pembagian tanggung jawab, serta prosedur pemeriksaan informasi sebelum dipublikasikan. Pemahaman tersebut sejalan dengan pandangan Warschauer (2004) bahwa pemanfaatan teknologi perlu memperhatikan keterampilan dan kapasitas pengguna, bukan hanya ketersediaan teknologi. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan berpotensi menjadi bagian penting dalam penguatan hasil pelatihan.

Keterbatasan pengukuran hasil

Salah satu keterbatasan pelaksanaan yang perlu disampaikan secara transparan adalah tidak dilakukannya evaluasi formal melalui pre-test dan post-test. Dengan demikian, perubahan pengetahuan peserta sebelum dan sesudah kegiatan tidak dapat diukur secara kuantitatif. Artikel ini juga belum dapat menyajikan skor kepuasan peserta atau persentase keberhasilan praktik karena data tersebut tidak tersedia. Selain itu, alamat blog dan jumlah konten yang dipublikasikan belum tercatat dalam data yang digunakan untuk menyusun artikel. Statistik kunjungan dan data transaksi juga belum tersedia. Akibatnya, belum dapat ditentukan apakah blog telah menghasilkan peningkatan jangkauan informasi, jumlah calon pelanggan, transaksi, atau pendapatan koperasi.

Keterbatasan tersebut tidak menghilangkan nilai kegiatan sebagai proses edukasi, tetapi memengaruhi kekuatan klaim yang dapat dibuat. Hasil yang dapat dilaporkan adalah bahwa kegiatan telah dilaksanakan, melibatkan 15 peserta, dan menghasilkan capaian berupa kemampuan pengurus membuat blog koperasi. Klaim mengenai peningkatan pengetahuan, efektivitas promosi, atau dampak ekonomi memerlukan pengukuran tambahan. Untuk kegiatan berikutnya, evaluasi dapat diperkuat dengan daftar periksa keterampilan praktik, kuesioner sederhana, pencatatan alamat blog dan jumlah konten, serta pemantauan statistik kunjungan dalam periode tertentu. Jika

tujuan program mencakup peningkatan transaksi, diperlukan pencatatan sumber kontak atau transaksi agar kontribusi media digital dapat ditelaah secara lebih terukur.

Implikasi dan keberlanjutan program

Hasil kegiatan memberikan dasar bagi pengurus untuk melanjutkan pengelolaan media informasi digital. Langkah berikutnya adalah melengkapi blog dengan informasi kelembagaan yang telah diverifikasi, menambahkan konten produk atau layanan, dan memastikan masyarakat dapat menghubungi koperasi melalui kontak yang aktif. Pengurus juga perlu menetapkan penanggung jawab untuk memperbarui konten dan memeriksa keakuratan informasi. Pembaruan berkala dapat membantu menjaga relevansi informasi, sedangkan dokumentasi perubahan konten dapat menjadi bukti bahwa blog benar-benar digunakan setelah pelatihan. Pengurus dapat memanfaatkan statistik yang tersedia untuk memantau aktivitas kunjungan, dengan pemahaman bahwa jumlah kunjungan bukan satu-satunya ukuran keberhasilan promosi.

Bagi pelaksana pengabdian kepada masyarakat, pengalaman ini menunjukkan pentingnya menggabungkan pelatihan praktis dengan sistem evaluasi yang sederhana tetapi terdokumentasi. Kegiatan berikutnya dapat menggunakan indikator yang jelas, seperti jumlah pengurus yang mampu menyelesaikan tugas praktik, kelengkapan halaman blog, jumlah konten yang dipublikasikan, keteraturan pembaruan, dan statistik penggunaan media. Dengan pendekatan tersebut, perkembangan program dapat dibandingkan antarperiode dan manfaatnya dapat dievaluasi dengan lebih kuat.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai edukasi pemanfaatan Blogger.com sebagai website gratis untuk mendukung promosi Koperasi Desa Merah Putih di Desa Ketapang, Kecamatan Wanasalam, Kabupaten Lebak, dilaksanakan pada 8–9 Oktober 2026 dengan melibatkan 15 peserta. Capaian yang dapat dilaporkan berdasarkan data pelaksanaan adalah bahwa pengurus koperasi mampu membuat blog koperasi sebagai langkah awal penyediaan media informasi digital. Dokumentasi foto kegiatan juga tersedia.

Namun, evaluasi formal tidak dilakukan, sedangkan alamat blog dan jumlah konten yang dipublikasikan belum tersedia dalam data laporan. Oleh karena itu, kegiatan ini belum dapat disimpulkan secara kuantitatif meningkatkan pengetahuan peserta, memperluas jangkauan promosi, atau meningkatkan penjualan. Capaian yang ada lebih tepat dipahami sebagai hasil awal edukasi dan praktik penggunaan platform digital.

Keberlanjutan program perlu didukung oleh pelengkapan informasi blog, pembaruan konten secara berkala, penunjukan pengelola, dan evaluasi penggunaan media digital. Pada kegiatan lanjutan, pelaksana disarankan menggunakan instrumen evaluasi yang terstruktur dan mendokumentasikan hasil secara lengkap agar manfaat program dapat dinilai secara lebih objektif

SARAN

Pengurus koperasi disarankan melengkapi blog dengan profil kelembagaan, informasi unit usaha, produk atau layanan, dan kontak resmi. Pengurus juga perlu menetapkan penanggung jawab dan jadwal pembaruan konten agar informasi tetap akurat dan relevan.

Pelaksana pengabdian kepada masyarakat disarankan melakukan pendampingan lanjutan untuk memeriksa keberfungsian blog, mencatat jumlah konten yang dipublikasikan, dan memantau penggunaan media. Pada program selanjutnya, evaluasi sebaiknya mencakup penilaian keterampilan praktik serta pencatatan statistik kunjungan dalam periode yang ditentukan. Pengukuran dampak terhadap penjualan atau transaksi perlu dilakukan secara terpisah dengan menggunakan data yang dapat diverifikasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pengurus Koperasi Desa Merah Putih Desa Ketapang dan seluruh peserta yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada Universitas Pamulang atas dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan ini. Pernyataan mengenai bentuk dukungan institusi perlu disesuaikan dengan dukungan yang benar-benar diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, R. P., Kartono, & Rahmadi. (2020). Pengembangan UMKM melalui digitalisasi teknologi dan integrasi akses permodalan. *ETHOS: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, 8*(2), 248–256. https://doi.org/10.29313/ethos.v8i2.5764

Ayu, A. W. F., Harahap, B. N., & Asrina, R. (2026). Analisis penerapan digital marketing pada koperasi dan UMKM untuk meningkatkan daya saing global. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 10042–10051.

Blogger. (n.d.). *Bantuan Blogger*. Google. https://support.google.com/blogger/?hl=id

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice* (8th ed.). Pearson.

Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan platform e-commerce melalui website untuk memperluas jangkauan pasar produk lokal. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Laporan kebijakan peta jalan digitalisasi koperasi nasional*. Kemenkop-UKM. Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.

Naufal, A. R., Ngizudin, R., & Rachdantia, D. (2025). Penerapan digitalisasi koperasi dan pemasaran serta pendampingan untuk peningkatan value produk UMKM anggota Koperasi LKMS Kasuwari di Pekalongan Barat. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara, 9*(1), 140–150. https://doi.org/10.29407/ja.v9i1.23670

Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*,

Ratnasari, I., & Puspita, A. (2021). Pelatihan digital marketing pada anggota koperasi dan UMKM. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 5(2), 115–122.

Sujarweni, V. W. (2020). *Manajemen koperasi: Teori dan praktik*. Pustaka Baru Press.

Supriyanto, A., & Endrawati, R. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan pembuatan blog gratis sebagai media promosi usaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 3(2), 75–82.

Warschauer, M. (2004). *Technology and social inclusion: Rethinking the digital divide*. MIT Press.

Wibowo, G. A., Awaluddin, A., Triyono, B., Surya, A., & Sukardi, S. (2024). Strategi pengembangan koperasi mandiri sebagai solusi pemberdayaan ekonomi masyarakat. *JIPM: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 75–82.

Widodo, T., & Nugroho, A. (2022). Pemberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan melalui transformasi pemasaran digital berbasis website gratis. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 145–154.