

Pelatihan Pembuatan Website Profile untuk Peternak Ikan KOI Kota Blitar Berbasis Wordpress

Adimas Ketut Nalendra¹, M. Nur Fuad², M. Mujiono³, Dona Wahyudi⁴, Prabowo Budi Utomo⁵

¹⁻⁵Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar Blitar

Artikel Info

Genesis Artikel:

Diterima, 20 Mei 2022
Direvisi, 1 Juni 2022
Diterbitkan, 25 Juni 2022

Kata Kunci:

Ikan Koi,
Website,
Pemasaran

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia memiliki dampak luar biasa terhadap model bisnis usaha termasuk model usaha peternak ikan KOI di Kota Blitar. Untuk tetap bertahan pada kondisi ini diperlukan inovasi berupa pemasaran ikan koi melalui website. Dengan menggunakan website masih mempunyai peluang yang besar dalam pemasaran secara daring tetapi peternak masih belum mampu untuk membuat dan mengelola website secara mandiri. Sehingga dibutuhkan pelatihan dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat untuk membuat website. Metode PkM ini dilakukan dengan cara pelatihan dimulai dari materi teori dilanjutkan dengan praktik pembuatan website dan pendampingan implementasi. Selama kegiatan dilakukan dengan cara yang menyenangkan sesuai tema pelatihan. sehingga Capaian akhir dari kegiatan ini peternak dapat secara mandiri, aktif, dan kreatif serta mempunyai ketrampilan dalam pembuatan website. Hasil akhir dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah peternak telah memiliki website yang sudah di implementasikan atau diujicoba sehingga kedepannya peternak mempunyai kemampuan untuk mengelola website.

ABSTRACT

Keywords:

Koi carp,
Website,
Marketing

The Covid-19 pandemic that has hit the world has had a tremendous impact on business business models, including the business model of KOI fish farmers in Blitar City. To survive in this condition, innovation is needed in the form of marketing koi fish through the website. By using the website, they still have great opportunities in online marketing, but farmers are still not able to create and manage websites independently. So that training is needed in the form of community service to create a website. This PkM method is carried out by means of training starting from theoretical material followed by the practice of making a website and implementing assistance. During the activities carried out in a fun way according to the theme of the training. so that the final achievement of this activity is that farmers can be independent, active, and creative and have skills in making websites. The end result of this Community Service is that farmers already have a website that has been implemented or tested so that in the future breeders have the ability to manage the website.

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:

Adimas Ketut Nalendra,
Program Studi Administrasi Server dan Jaringan Komputer,
Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar Blitar,
Email: dimas@akb.ac.id

1 PENDAHULUAN (11 PT)

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia pada umumnya dan Indonesia pada khususnya merubah pandangan dalam berbisnis bagi pelaku usaha (A. K. Nalendra et al., 2021) (A. K. Nalendra et al., 1933) (A. K. Nalendra et al., 2021). Pelaku usaha yang paling berdampak adalah usaha mikro dan kecil yang biasa disebut UMKM (A. Nalendra et al., 2021a) (Amíny et al., n.d.) (A. Nalendra et al., 2021b). Para pelaku usaha harus memikirkan bagaimana agar usahanya terus berjalan ditengah pandemi yang melanda. Sebenarnya bukan hanya UMKM saja yang terdampak dari pandemi, tetapi seluruh usaha di Indonesia bahkan di dunia. Menurut data penelitian yang dilakukan LIPI tercatat lebih dari 70% jumlah sector di PDB sectoral mengalami kontraksi, sedangkan dari sisi PDB penggunaan, kontraksi terbesar dialami oleh komponen konsumsi rumah tangga (A. Nalendra et al., 2021b) (Siti, 2020).

Dari beberapa hasil penelitian tentang cara UMKM bertahan pada situasi pandemic ada dengan cara merubah pola bisnis yang menyesuaikan dengan perilaku konsumen [9][10]. Kebijakan pemerintah seperti pembatasan aktifitas masyarakat membuat perilaku konsumen berubah, mulai dulu yang suka berkumpul di suatu tempat seperti café, mall atau pusat perbelanjaan lainnya menjadi melakukan aktifitas dirumah. Aktifitas dirumah ini meliputi aktifitas bekerja, belajar maupaun berkumpul yang dilakukan secara daring (Dini & 2021, n.d.).

Asosiasi jasa internet Indonesia yang tergabung dalam APJII melaporkan bahwa penggunaan internet di Indonesia selama pandemi yang diukur selama tahun 2019 sampai 2020 mengalami kenaikan yang signifikan (Yusuf et al., 2020). Pengguna internet di Indonesia naik dari tahun 2018 64,8 persen menjadi 73,7 persen pada tahun 2020 dari jumlah populasi Indonesia yang mencapai 266 juta. Sehingga penggunaan internet diperkirakan sebanyak 196,7 juta pengguna (Kurniawan et al., n.d.). Dilihat dari tempat akses internet juga terjadi pergeseran. Pergeseran pengguna internet sebelum pademi lebih banyak di pusat-pusat kegiatan masyarakat seperti sekolah, kantor, café maupun pusat perbelanjaan yang bersifat public sekarang bergeser di perumahan, tempat tinggal dan pemukiman.

Perubahan pola bisnis selama pandemi juga harus dilakukan oleh pelaku usaha kecil, termasuk peternak ikan koi di kota Blitar. Selama pandemi jumlah permintaan akan ikan koi sempat menurun karena adanya pembatasan terhadap kegiatan masyarakat. Untuk itu para peternak berinovasi untuk merubah pola bisnis dari offline ke online. Pola bisnis dari offline ke online ini juga memotong mata rantai bisnis yang dulunya para peternak menjual ikannya ke tengkulak terlebih dahulu baru ke konsumen (Hutagalung et al., n.d.). Dengan terpotongnya mata rantai ini permintaan secara umum terjadi penurunan karena harus menyesuaikan pola bisnisnya dengan mencari konsumen sendiri. Biasanya konsumen akhir membeli ikan koi tidak dalam jumlah yang besar dan menitik beratkan pada bentuk ikan itu sendiri. Berbeda dengan tengkulak yang akan membeli semua panen ikan koi dari peternak.

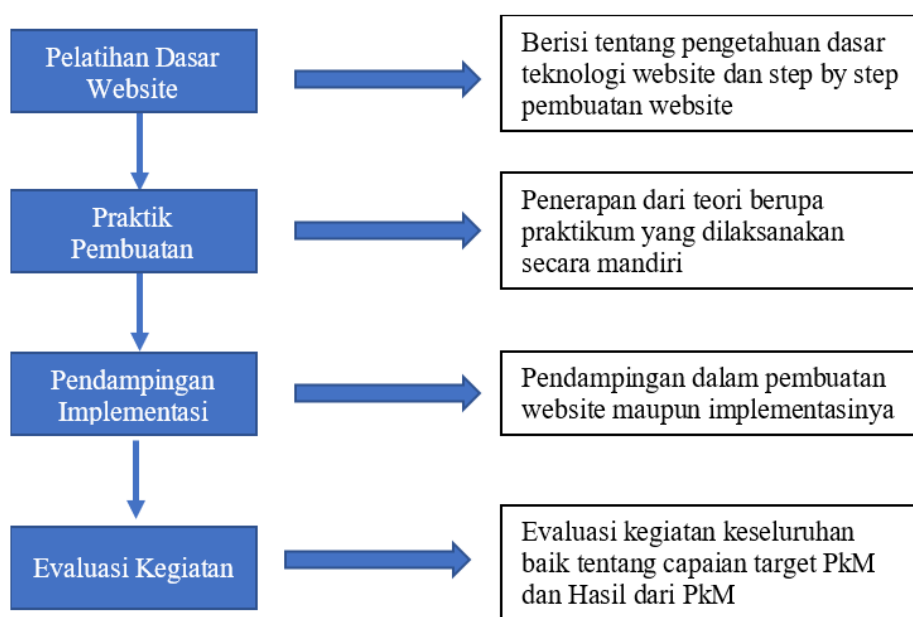
Selama pademi ini peternak masih menggunakan media social seperti Instagram, facebook maupun whatsapp (Hartanti & Oktiyani, 2020). Dari promosi media social tersebut masih ada kekurangannya yaitu pemasaran yang kurang luas dengan keterbatasan media sosial. Karena pengguna internet biasanya mencarinya di website pencari di google maupun di bing terlebih dahulu baru mencari kontak personnya. Sehingga dengan melihat peluang pemasaran secara online yang luas maka dibutuhkan website sebagai profile dari peternak dan sebagai galeri dari ikan-ikan peternak. Dengan menggunakan website konsumen tidak perlu bertanya terlebih dahulu ke peternak untuk mencari informasi. Informasi dapat secara lengkap termuat di website tersebut dan dapat dicari dengan mudah di website mesin pencari (Maimunah et al., n.d.). Sehingga dari Analisa situasi tersebut terdapat manfaat yang diperoleh untuk pembuatan website profile peternak ikan koi, maka perlu diadakan pelatihan untuk membuat dan mengelola website bagi peternak ikan koi di Kota Blitar.

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu memberikan keterampilan dan kemampuan pembuatan website berbasis Content Management System (CMS) dan dapat dimanfaatkan sebagai company profile agar secara maksimal menyebarluaskan informasi peternak ikan koi di Kota Blitar. Penggunaan website dapat digunakan untuk memaksimalkan media penyebaran informasi secara global dan dengan sistem Content Management System (CMS) dapat dengan mudah dalam pembuatan

serta pengelolaannya. Target dari kegiatan PkM ini mendorong untuk mempunyai sikap mandiri, aktif, dan kreatif serta memiliki keterampilan dalam pembuatan website (A. Nalendra et al., 2021a).

2 METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah menggunakan metode pelatihan. Metode pelatihan menurut Djati tahun 2018 adalah suatu proses perubahan yang sistematis dari pengetahuan, keterampilan, sikap dan/perilaku kerja (PKSP) yang terdefinisi dengan jelas dan terukur. Sedangkan menurut Nasution tahun 1982 pelatihan merupakan suatu proses belajar mengajar dengan mempergunakan Teknik tertentu, guna meningkatkan keterampilan dan kemampuan kerja seseorang. Dimana kalau diamati tujuannya adalah untuk meningkatkan produktivitas (Darmalaksana, 2020). Untuk alur kegiatan seperti pada gambar 1 dimulai dari Pelatihan Dasar Website dilanjutkan dengan praktik pembuatan website, pendampingan implementasi, dan yang terakhir adalah evaluasi kegiatan PkM dengan mengukur ketercapaian target.



Gambar 1. Alur Kegiatan PkM

Dalam prosesnya, dalam pelatihan terjadi proses transfer ilmu yang biasa disebut dengan proses belajar mengajar. Proses belajar ini terjadi secara bertahap dan berulang sehingga terjadi perubahan yang menetap. Sedangkan proses mengajar terjadinya suatu proses yang dimulai dari orientasi terhadap peserta belajar mulai dari pengembangan materi, penggunaan aplikasi, imbal balik yang diakhiri dengan konsolidasi yang singkat. Peserta diminta untuk melaksanakan suatu tugas tertentu menurut cara yang ditentukan oleh pengajar dan jawaban/hasil yang diperoleh sudah tertentu. Kekuatan ingin mempraktikkan atau memeriksa pengetahuan yang telah diberikan sebelumnya, dan ingin melatih suatu keterampilan.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan pelatihan ini adalah mitra menyediakan content yang akan dibuat website. Masing-masing mitra menyediakan bahan untuk artikel yang mendukung informasi company profile usaha mereka. Untuk memastikan kegiatan telah berjalan dengan baik dan materi yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik, maka dibutuhkan evaluasi. Evaluasi ini dilakukan dengan pengisian kuiser setelah kegiatan. Kuiser ini meliputi data peserta pelatihan, pelatih/trainer, sarana prasarana pelatihan, materi pelatihan, efektifitas pelatihan dan kritik dan saran. Pilihan jawaban dalam kuiser adalah sangat baik, baik, kurang baik dan sangat kurang baik.

3 HASIL DAN ANALISIS

3.1. Website Profil Perusahaan

Web profil perusahaan merupakan suatu media yang fungsi utamanya adalah sebagai sarana komunikasi atau menyampaikan informasi tertentu tentang perusahaan pada pihak-pihak yang membutuhkan (A. K. Nalendra et al., 2020). Jika dilihat dari keuntungan atau manfaatnya, ada banyak manfaat yang bisa didapatkan dengan adanya web profil ini salah satunya yaitu sebagai sarana marketing atau media promosi. Sehingga tidak heran jika diperlukan sebuah web profil perusahaan yang menarik agar banyak orang tertarik untuk mengunjunginya. Menarik yang dimaksud di sini tidak hanya dari tampilan image-nya saja tetapi juga tulisan atau konten-nya.

3.2. Website Berbasis CMS

CMS (Content Manajemen System) adalah sebuah perangkat lunak atau sistem yang mengatur konten pada situs web, bisa situs web yang berupa company profile, e-commerce, blog, forum, dan lainnya (Fu'ad et al., n.d.). Lebih dari itu, kini CMS telah berkembang dan menjadi inti untuk mengelola pengalaman secara keseluruhan di semua platform (Nalendra Mochamad; Setiani Adimas Ketut; Bilal et al., 2019). Hal itu meliputi email, aplikasi mobile, media sosial, website, dan lain-lain. CMS memungkinkan pengguna untuk berkolaborasi dalam pembuatan, pengeditan, dan produksi konten digital. Content management system membantu kamu untuk dapat menulis konten, mengubahnya, menjadikannya headline, menambahkan foto, serta mengatur SEO. Secara singkat, CMS adalah alat yang dapat membantu mengembangkan website tanpa harus menulis kode dari awal. Fitur dalam Content Management System :

1. Manajemen Konten. CMS bisa membantu dalam membuat, memposting, dan mengelola content web (Teks, gambar, video dan audio).
2. Presentasi. Pengguna biasanya mengakses website dari berbagai perangkat. Hal ini membuat optimasi tampilan website di berbagai perangkat sangat penting. Dengan CMS hanya perlu membuat konten satu kali dan membiatkan CMS yang menyesuaikan tampilannya secara otomatis diberbagai perangkat.
3. Integrasi. CMS memungkinkan penggunaanya untuk mengintegrasikan berbagai aplikasi dan platform di satu tempat.
4. Commerce. CMS bisa menghubungkan content marketing dengan system perdagangan digital.
5. Personalisasi. CMS mampu penargetkan konten yang relevan kepada pengunjung website berdasarkan lokasi, minat, kepribadian, umur dan juga interaksi terhadap brand yang telah dilakukan.
6. Analisis. Pengguna tidak hanya dapat mempublikasikan konten, tapi juga dapat mengetahui respon yang diberikan pengunjung website berdasarkan laporan data analisis.
7. Tata kelola. Ketika selesai membuat konten, penting untuk mengelola dimana letak konten tersebut untuk dapat diubah dikemduan hari. Hal in termasuk siapa saja yang bisa mengubah, menyetujui, mempublikasikan, juga menghapusnya.

3.3 Wordpress

Wordpress adalah sebuah aplikasi *open source* populer yang digunakan sebagai blog engine. Wordpress dibangun dengan Bahasa pemrograman PHP dan database MySQL (Suryana & Studio, 2008). Tidak hanya open source, wordpress juga digunakan sebagai CMS dan saat ini menjadi salah satu CMS yang paling banyak digunakan di dunia. Keunggulan wordpress dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan bisnis antara lain seperti open source, template dan desain yang sangat mudah, adanya kemudahan untuk melakukan import dari situs lainnya, banyak plugin tambahan dan template, fitur multi kategori dalam satu artikel, fasilitas trackback dan pingback, terdapat fasilitas format teks yang mirip dengan program pengolah kata dan lain sebagainya (A. K. Nalendra et al., 2020). Sedangkan fitur yang disediakan wordpress adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan Artikel – Pada fitur ini Anda bisa mengelola apa saja yang berhubungan dengan artikel seperti menuliskan, menghapus, dan membuat tag pada masing – masing postingan.

2. Users – kita bisa menambahkan tim pada fitur ini disesuaikan dengan tugas dan peran masing – masing dalam pengelolaan situs web. Bisa sebagai admin, penulis, editor dan lainnya. Pada fitur ini Anda juga mempunyai akses untuk merubah password dan mengatur keamanan.
3. Menu Pages – Jika pada halaman situs web biasanya Anda bisa melihat menu yang berjejer dengan menu Home. Pada fitur pages, Anda bisa menambahkan halaman lain yang mirip dengan page home. Secara umum fitur post dan pages hampir sama.
4. Media – Seluruh konten gambar dan video bisa Anda lihat dan kelola menggunakan fitur ini.
5. Pengelolaan komentar – kita bisa mengatur komentar apa saja yang diperbolehkan berada dalam artikel, menyaring komentar yang tidak diperlukan dan menghapus komentar yang tidak perlu.
6. Pengelolaan Tema – kita bisa mengganti dan menyesuaikan tampilan pada situs website. Ada banyak pilihan mulai dari instalasi sendiri maupun custom dari tema yang lain dan mengatur langsung ke sumber kodenya.
7. Plugin – kita bisa menambahkan fitur-fitur lain sesuai dengan kebutuhan seperti SEO, custom page, SSL dan lain sebagainya.

3.4 Hasil Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan dengan metode pelatihan oleh tim tentang pembuatan website berbasis wordpress dengan sasaran peternak ikan KOI di Kota Blitar. Dalam pelaksanaan pelatihan berlangsung selama satu hari. Adapun kegiatan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Sosialisasi diadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pembuatan website berbasis wordpress.
2. Peninjauan lokasi kegiatan pelatihan kepada masyarakat di ruang rapat bappeda Kota Blitar.
3. Identifikasi alat-alat yang dibutuhkan saat pelatihan untuk peternak ikan KOI di Kota Blitar.
4. Identifikasi materi yang sesuai dengan tema pada saat pelatihan untuk peternak Ikan KOI.
5. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat:
 - a. Pemaparan materi yang disampaikan oleh Adimas Ketut Nalendra, M. Kom tentang Pembuatan Website Wordpress.
 - b. Pendampingan pembuatan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat.
 - c. Peserta sangat antusias mendengarkan paparan dan bisa mempraktekkan pembuatan website berbasis wordpress oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar Blitar.
 - d. Mengevaluasi kesalahan-kesalahan yang dilakukan oleh peserta pelatihan dan diberikan arahan sehingga peserta dapat memahami materi yang telah disampaikan.
 - e. Peserta antusias dalam tanya jawab karena keseharian mereka ternyata masih banyak kekurangan kegiatan yang menjadikan mereka lebih produktif.
 - f. Setelah mendapatkan penyuluhan serta pelatihan peserta mulai meyakini jika cara mereka selama ini dalam aktivitasnya belum baik dan harus perlu diperbaiki agar menjadi warga yang sehat, aktif, mandiri, dan produktif. Mereka ingin membagikan informasi tersebut kepada teman lainnya yang sedang berhalangan pada saat pemaparan berlangsung, baik itu warga lain yang aktif di dalam kegiatan di wilayah tersebut, ataupun hanya di lingkungan sekitar.

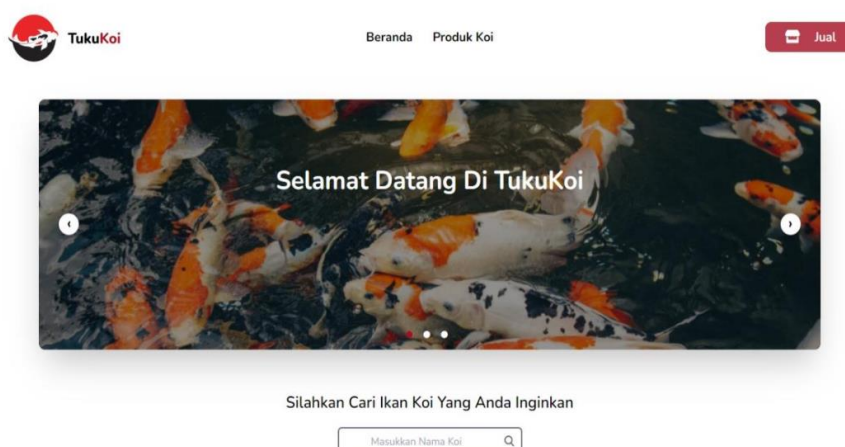


Gambar 2. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan

Table 1. Implikasi Temuan

No.	Target Capaian	Hasil yang diperoleh
1.	Menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan, nilai dan sikap yang dimiliki oleh peternak Ikan KOI.	Memberikan penyuluhan serta memberikan pelatihan yang menyenangkan sesuai dengan tema.
2.	Menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan, nilai dan sikap yangn memiliki hal kebaruan yang menjadikan mereka lebih aktif, mandiri, dan kreatif	Memberikan pelatihan dan mempraktekkan yang mendukung warga agar menjadikan mereka lebih aktif, mandiri, dan kreatif.
3.	Menumbuhkan rasa percaya diri dan pemahaman para warga dalam hal peningkatan kreativitas Kegiatan pembuatan website.	Pelatihan dan praktek terkait dengan pembuatan website.

Dalam kegiatan Pengabdian ini memiliki target 3 target sesuai yang telah dilihat pada tabel 1 yaitu menambah wawasan dan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dimiliki oleh peternak ikan koi. Sehingga peternak ikan koi dapat lebih mandiri dalam menjalankan usaha dan lebih aktif, mandiri, dan kreatif. Sedangkan hasil yang diperoleh dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini memiliki implikasi yang baik dalam pembuatan website seperti contoh pada gambar 3. Selain itu kegiatan ini juga dinilai menyenangkan sesuai tema serta mendorong lebih aktif dan kreatif seperti yang ditunjukkan pada gambar 2. Sedangkan hasil dari target setiap implikasi dapat dilihat pada tabel 1.



Gambar 3. Contoh Hasil PKM salah satu Peserta

4 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan bagi peternak ikan KOI di Kota Blitar. Selain itu dengan adanya kegiatan ini dapat membantu warga meningkatkan kreativitas. Keberhasilan ini dapat ditunjukkan dengan hal sebagai berikut :

1. Adanya respon positif yang ditunjukkan dengan antusias peserta yang hadir sampai dengan 40% yang hadir dari undangan.
2. Para warga aktif dalam menanggapi serta mengikuti kegiatan dengan berbagai penyuluhan serta mempraktekkan yang disajikan dan terlihat minimnya kecenderungan mereka bosan ketika acara berlangsung.
3. Hasil dari pelatihan sudah terlihat dengan adanya website berbasis wordpress sederhananya yang sudah dipraktikkan di komputer peserta masing-masing.

Mengingat besarnya manfaat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka selanjutnya perlu :

1. Dilihat dari perkembangan teknologi informasi yang terus berkembang cepat maka perlu diadakan kegiatan pelatihan lanjutan untuk mengetahui sejauh mana hasil setelah pelatihan dilakukan dan terus meningkatkan kemampuan dalam mengembangkan konten-konten pada website masing-masing.
2. Perlu dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada mitra-mitra lain dengan materi yang sama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bagian Ucapan Terima Kasih kepada Akademi Komunitas Putra Sang Fajar Blitar dan Pemerintah Kota Blitar yang telah memfasilitasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Serta teman-teman dosen dan tenaga kependidikan di Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar Blitar yang telah membantu pelaksanaan kegiatan ini.

REFERENSI

- Abdullah, C., & Suliyanthini, D. (2021). Perubahan Perilaku Konsumen di Masa Pandemi Covid-19. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 18–24. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v9i1.4316>
- Aminy, A., Statistics, K. F.-S. N. O., & 2020, undefined. (n.d.). Analisis dampak COVID-19 bagi UMKM di Jawa Timur. *Prosiding.Stis.Ac.Id*. Retrieved June 25, 2022, from <https://prosiding.stis.ac.id/index.php/semnasoffstat/article/view/646>
- Darmalaksana, W. (2020). *Buku Hasil Kuliah Online Metode Penelitian Hadis: Masa Work From Home Covid-19 UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. <https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=WjTeDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=metode+pelatihan+djati&ots=qi6ETPSlcV&sig=ZSsGQrbl3fHzJ4YzEKEMnhvjV90>
- Dini, J. D.-J. O. J. P. A. U., & 2021, undefined. (n.d.). Tantangan guru dan orang tua dalam kegiatan belajar dari rumah anak usia dini pada masa pandemi Covid-19. *Scholar.Archive.Org*. Retrieved June 25, 2022, from <https://scholar.archive.org/work/lpdqs2hphbekravdz5e2exsnra/access/wayback/https://obsesi.or.id/index.php/obsesi/article/download/808/pdf>
- Fu'ad, M., Ilmiah, A. N.-A. J., & 2019, undefined. (n.d.). Rancang bangun website tracer alumni akn putra sang fajar blitar. *Ejournal.Unisbablitar.Ac.Id*. <https://doi.org/10.35457/antivirus.v13i2.861>
- Hartanti, H., & Oktiyani, R. (2020). Pengembangan Strategi Pemasaran Ayam Barokah Melalui Digital Marketing. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(2), 183–190. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i2.8791>
- Hutagalung, G., ... T. D.-L. J. K., & 2022, undefined. (n.d.). Tanggungjawab Produsen Terhadap Kerugian Atas Produk Yang Dijual Melalui Sistem Penjualan Langsung (Direct Selling) Secara Multi Level. *Jurnal.Locusmedia.Id*, 4(2). Retrieved June 25, 2022, from <https://jurnal.locusmedia.id/index.php/jkih/article/view/37>
- Kurniawan, M. R., Dahlan, A., Ki, J., Pemanahan, A., 19, N., Indonesia, Y., & Rofiah, N. H. (n.d.). Pola penggunaan Internet di Lingkungan sekolah dasar se-Kota Yogyakarta. *Journal.Uinsi.Ac.Id*, 02(02), 2020. <https://doi.org/10.21093/sajie.v2i2.1930>
- Maimunah, M., ... L. S.-C., & 2012, undefined. (n.d.). Media Company Profile Sebagai Sarana Penunjang Informasi dan Promosi. *Download.Garuda.Kemdikbud.Go.Id*. Retrieved June 25, 2022, from [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2185378&val=15025&title=MEDIA A COMPANY PROFILE SEBAGAI SARANA PENUNJANG INFORMASI DAN PROMOSI](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2185378&val=15025&title=MEDIA%20COMPANY%20PROFILE%20SEBAGAI%20SARANA%20PENUNJANG%20INFORMASI%20DAN%20PROMOSI)
- Nalendra, A., Fuad, M. N., Mujiono, M., Wahyudi, D., & Puspa, E. H. C. (2021a). Pelatihan Daring Penggunaan E-Learning Berbasis Google Classroom. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 68–75. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v1i2.15>
- Nalendra, A., Fuad, M. N., Mujiono, M., Wahyudi, D., & Puspa, E. H. C. (2021b). Pelatihan Daring

- Penggunaan E-Learning Berbasis Google Classroom. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 68–75. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v1i2.15>
- Nalendra, A. K., Mujiono, M., Akhsani, R., & Utama, A. S. W. (2020). Implementasi Algoritma K-Mean dalam Pengelompokan Data Kecelakaan di Kabupaten Kediri. *VOCATECH: Vocational Education and Technology Journal*, 1(2), 53–60. <https://doi.org/10.38038/vocatech.v1i2.28>
- Nalendra, A. K., Priya Waspada, H., Server, A., Komputer, J., Audio, P., Vidio, D., Komunitas, A., Putra, N., & Fajar Blitar, S. (2021). Penerapan Artificial Intelligence untuk Kontrol Suhu dan Kelembapan pada Kandang Broiler berbasis Internet of Things. *Ojs.Unpkediri.Ac.Id*, 5(2). <http://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/gj/article/view/15706>
- Nalendra, A. K., Priyawaspada, H., Fuad, M. N., Mujiono, M., & Wahyudi, D. (1933). Monitoring System IoT-Broiler Chicken Cage Effectiveness of Seeing Reactions from Chickens. *Iopscience.Iop.Org*, 12097. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1933/1/012097>
- Nalendra, A. K., Priyawaspada, H., Nur Fuad, M., Mujiono, M., & Wahyudi, D. (2021). Monitoring System IoT-Broiler Chicken Cage Effectiveness of Seeing Reactions from Chickens. *Journal of Physics: Conference Series*, 1933(1), 012097. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1933/1/012097>
- Nalendra Mochamad; Setiani Adimas Ketut; Bilal, I. Y., Nalendra, A. K., Bilal, M., & Setiani, I. Y. (2019). Sistem Informasi Pemetaan Kesehatan Ibu dan Anak Untuk Menekan Angka Kematian Pada Bayi. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 7(1), p45-50. <https://e-journal.polsa.ac.id/index.php/jneti/article/view/106/82>
- Sheth, Rohmah, A. (2020). Pandemi covid-19 dan dampaknya terhadap perilaku konsumen di indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 1–4. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/247>
- Siti, A. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 Bagi UMKM Serta Strategi E-Marketing UMKM di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://repository.uinsu.ac.id/10168/>
- Suryana, O., & Studio, M. (2008). *Membangun Blog Wordpress*. https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=e7xaAfx_7wEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Suryana+Ona+dan+Mata+Maya+Studio,+2008.+Membangun+Blog+Wordpress.+Jakarta+Penerbit+PT.+Elex+Media+Komputindo.&ots=fXgyfKXo_J&sig=h6BjdBXGVQpWpmT0bNoyUmzXgMU
- Yusuf, M., Witro, D., Diana, R., Apra Santosa, T., & Alfikri, A. (2020). Layanan bimbingan dan konseling berbasis teknologi informasi pada masa psbb (pembatasan sosial berskala besar). *Journal.Bungabangsacirebon.Ac.Id*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.24256/pijies.v3i1.1277>