Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 3, No. 3 (November 2022)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 507-514

Pelatihan Bisnis dan Marketing Digital Berbasis Aplikasi WhatsApp Business di SMA Sang Timur Yogyakarta

Ginanjar Setyo Nugroho*, Murniady Muchran, Gulam Hazmin, Adi Prasetyo
Program Studi Bisnis Digital, Universitas PGRI Yogyakarta
*Corresponding Author. Email: ginanjar@upy.ac.id

Abstract: This service aims to increase students' knowledge and skills in operating WhatsApp Business as one of the most useful applications to be used as a business and digital marketing tool. Training and mentoring were used in this service. Sang Timur Yogyakarta High School was the service's partner. The evaluation instrument for this activity was interviews, which were analyzed descriptively. The results of this service showed that students had an understanding and skills in using WhatsApp Business, how to sell online correctly, and how to trade and reply to a good chat on WhatsApp Business. Moreover, the service indicated that they understood how to use WhatsApp Business and knew the benefits and advantages of selling online. They also could learn how to do business through WhatsApp Business and understand how to do business better and more accessible. The results were achieved in implementing mentoring, where several participants installed WhatsApp Business for businesses that matched their interests.

Article History:
Received: 03-09-2022
Reviewed: 17-10-2022
Accepted: 28-10-2022
Published: 18-11-2022

Key Words:
WhatsApp Business; Training; Digital Business; Digital Marketing.

Abstrak: Tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan skill siswa dalam mengoperasikan WhatsApp Business sebagai salah satu aplikasi yang sangat bermanfaat untuk digunakan sebagai alat bisnis dan marketing digital. Metode pelaksanaan pengabdian ini adalah dengan pelatihan dan pendampingan. Mitra pengabdian ini adalah SMA Sang Timur Yogyakarta. Instrumen evaluasi kegiatan ini melalui interview yang dianalisis secara deskriptif. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa siswa memiliki pemahaman dan skill tentang bagaimana menggunakan WhatsApp Business, cara menjual secara online yang benar, cara menjual dan membalas chat yang baik di WhatsApp Business, trik menggunakan WhatsApp Business, manfaat menjual online, keuntungan dari jual online, bisa mengenal cara berbisnis melalui WhatsApp Business, paham cara berbisnis dengan baik dan lebih mudah. Hasil yang dicapai pada pelaksanaan pendampingan adalah terdapat beberapa peserta yang telah menginstall menggunakan WhatsApp Business untuk usaha yang sesuai dengan minatnya.

Sejarah Artikel:
Diterima: 03-09-2022
Direview: 17-10-2022
Disetujui: 28-10-2022
Diterbitkan: 18-11-2022

Kata Kunci:
WhatsApp Business; Pelatihan; Bisnis Digital; Marketing Digital.

How to Cite: Nugroho, G., Muchran, M., Hazmin, G., & Prasetyo, A. (2022). Pelatihan Bisnis dan Marketing Digital Berbasis Aplikasi WhatsApp Business di SMA Sang Timur Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA, 3*(3), 507-514. doi:https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.5948

https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.5948

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

Pendahuluan

Bisnis digital adalah suatu jenis bisnis jasa yang memanfaatkan kecanggihan teknologi ketika menciptakan sebuah produk ataupun memasarkannya (Fauziah et al., 2021). Bisnis digital tidak semata terkait dengan penjualan produk tanpa wujud saja, seperti perangkat lunak komputer (*software*) ataupun produk fisik yang dikemas dalam bentuk digital seperti *e-book* (Fauziah et al., 2021). Digital marketing merupakan sebuah kegiatan dalam pemasaran yang mencakup *branding* akan produk, kegiatan ini sendiri selalu menggunakan media yang berbasis teknologi, seperti website, whatsapp baik regular maupun

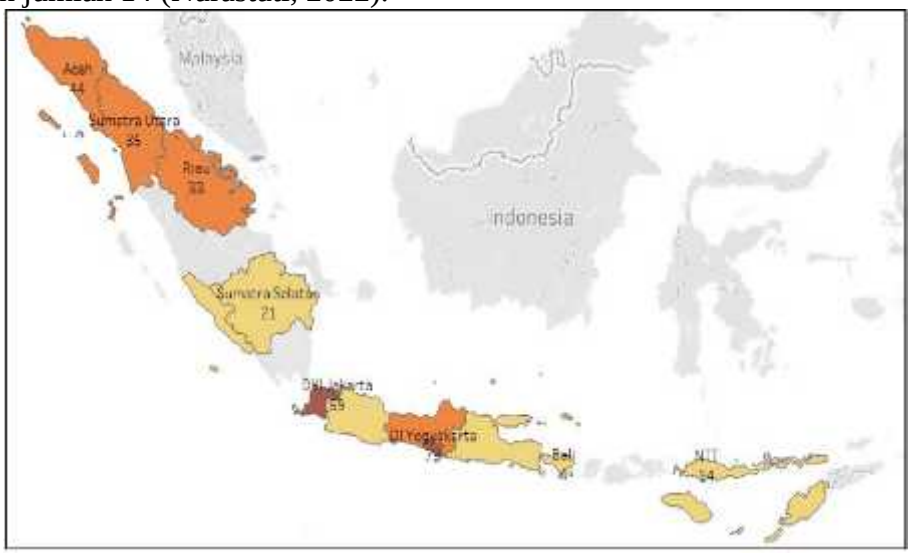
Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 3, No. 3 (November 2022)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 507-514

business, facebook, instagram, e-mail, blog, dan lain sebagainya (Wati, Martha, & Indrawati, 2020).

Indonesia masuk dalam pengguna *mobile* internet dengan rentan usia paling muda se-Asia Tenggara yaitu dengan persentase 21% pengguna *mobile* internet di Indonesia berada di rentang usia di bawah 18 tahun, diikuti dengan 32% pengguna di usia 18-24 tahun, 33% di rentang usia 25-35 tahun, dan terakhir sebanyak 14% pengguna *mobile* internet di Indonesia berada di rentang usia lebih dari 35 tahun (Prajana, 2017). Salah satu dari aplikasi yang berkembang dan banyak diminati sekarang adalah WhatsApp (Prajana, 2017). WhatsApp merupakan aplikasi berbasis *mobile phone* dan web yang terintegrasi dengan berbagai aplikasi yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pengguna lainnya, mulai dari pendidikan, bisnis, hiburan, dan aplikasi lain (Prajana, 2017). WhatsApp adalah aplikasi yang sangat sederhana dan memiliki banyak fitur seperti: kirim pesan, kirim gambar, kirim video, kirim suara, buat grup, dan mudah dalam pengoperasiannya (Khasanah, Nasan, & Jus'aini, 2021). Di tahun 2020, terdapat lebih dari 5 juta pengguna WhatsApp Business adalah pelaku kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (Latifah, Kusumawati, Widagdo, Yumadhi, & Efendi, 2022). WhatsApp Business dapat mempermudah terhubung dengan pelanggan secara langsung, mempromosikan produk, dan layanan dengan membuat katalog yang mengotomatiskan, menyortir, dan merespon dengan cepat serta menjawab pertanyaan pelanggan selama proses berbelanja (Elizabeth, Alamsyah, & Yoannita, 2022). Media online yang dapat digunakan untuk pemasaran diantaranya adalah: WhatsApp, Facebook, Instagram, dan sejenisnya (Rangkuty, Lubis, Herdianto, & Zora, 2022). Di sektor bisnis, WhatsApp dapat digunakan untuk mempromosikan produk terbaru, diskon produk, dan media komunikasi tentang pemesanan produk dan pengiriman produk (Sugiyantoro, Wijaya, & Supriyadi, 2022).

Provinsi pengguna WhatsApp bisnis sebagai alat bantu di era new normal bagi pedagang pasar ditampilkan pada visualisasi gambar di bawah. Didapatkan hasil bahwa terdapat 38,23% provinsi dari 34 provinsi di Indonesia yaitu 13 provinsi yang tercatat dari data hasil yang diperoleh dari kegiatan kelas WhatsApp Business (Nurastuti, 2022). Pada gambar di bawah terdapat 3 gradasi warna yaitu kuning, jingga, dan coklat. Kuning menunjukkan daerah yang jumlah penggunanya rendah, salah satu diantaranya yaitu Provinsi NTT dengan jumlah 14 (Nurastuti, 2022).



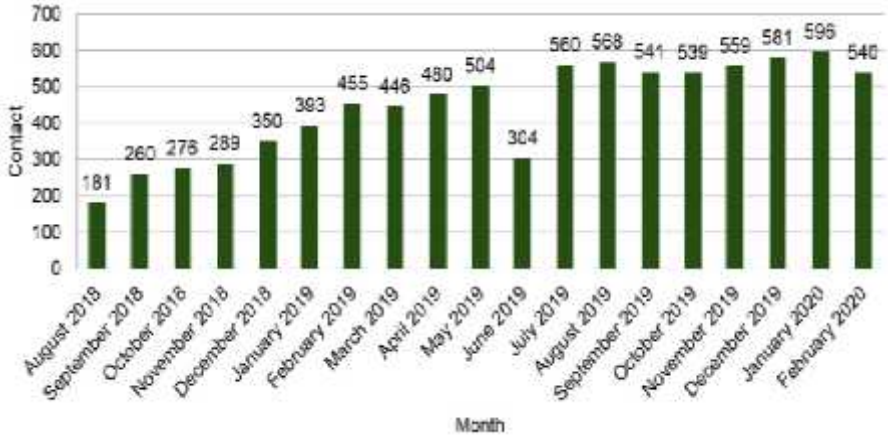
Gambar 1. Provinsi Pengguna WhatsApp Business bagi Pedagang Pasar

 Copyright © 2022, The Author(s)

Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 3, No. 3 (November 2022)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 507-514

WhatsApp Business adalah suatu aplikasi gratis (Astria & Santi, 2021). Manfaat dari WhatsApp Business yaitu sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan di dalam dunia bisnis (Astria & Santi, 2021). Peran WhatsApp untuk meningkatkan bisnis ada 3, yaitu: menjaring banyak pembeli, membuat grup untuk memudahkan pemasaran, dan memantau sistem pengiriman (Astria & Santi, 2021). Pengunaan WhatsApp bermanfaat untuk menghemat biaya, meningkatkan rasa kebersamaan dan kedekatan (Hendriyani, Dwianti, Herawaty, & Ruslan, 2020). Tidak hanya itu, bahkan perusahaan penjualan tiket terbesar di India yaitu bookmyshow.com juga menggunakan WhatsApp sebagai saluran komunikasi untuk konfirmasi tiket pembelian ke pelanggannya (Tripathi & Brahma, 2018). Sementara itu, perusahaan di Indonesia yang merespon perubahan perilaku pelanggan yang semakin *mobile* adalah PT Saung Angklung Udjo, yang bergerak di bidang hiburan budaya dan edukasi (Hendriyani et al., 2020). PT Saung Angklung Udjo menggunakan WhatsApp Business sebagai media komunikasi dengan pelanggan untuk menjual berbagai produknya, dan telah diaplikasikan pada bulan Agustus 2018 (Hendriyani et al., 2020). Gambar di bawah adalah jumlah kontak masuk di WhatsApp Business yang menunjukkan peningkatan di setiap bulannya (Hendriyani et al., 2020). Dampak penggunaan WhatsApp Business terbukti meningkatkan penjualan mencapai 43% (Hendriyani et al., 2020). Semakin meningkatnya jumlah kontak masuk tersebut menunjukkan perlu dilakukan *engagement* pelanggan agar dapat melakukan *closing order* di PT Saung Angklung Udjo (Hendriyani et al., 2020).



Gambar 2. Jumlah Kontak Masuk WhatsApp Business tahun 2018-2020

SMA Katolik Sang Timur Yogyakarta merupakan salah satu sekolah menengah atas di Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Alamat dari SMA Sang Timur Yogyakarta adalah di Jl. Batikan No. 7, Pandeyan, Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55161. Kecamatan Umbulharjo memiliki 8 sekolah menengah atas, yang terbagi menjadi 1 sekolah status negeri dan 7 sekolah status swasta. SMA Katolik Sang Timur Yogyakarta memiliki akreditasi nilai A. Kurikulum yang digunakan pada SMA Katolik Sang Timur Yogyakarta adalah Kurikulum 2013. SMA ini status kepemilikannya adalah SMA yang dikelola yayasan, nama yayasannya adalah yayasan Karya Sang Timur. Berdasarkan website resmi, yayasan ini memiliki pelayanan pada bidang pendidikan, sosial, dan kesehatan (Sangtimur.id, 2022). Yayasan ini memiliki visi: komunitas karya pendidikan yang penuh kasih, peduli, cerdas, dan transformatif (Sangtimur.id, 2022). Selain itu, yayasan ini memiliki misi: mengimplementasikan karya pendidikan, kesehatan, sosial, dan pastoral bagi anak-anak dan kaum muda serta masyarakat agar berkembang menjadi pribadi yang utuh (Sangtimur.id, 2022).

 Copyright © 2022, The Author(s)

Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 3, No. 3 (November 2022)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 507-514

Gambar 3. Diskusi tentang Permasalahan Sekolah

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah kurangnya literasi digital. Selain itu, keprihatinan kepala sekolah terhadap beberapa siswa kelas XII yang tinggal di asrama sekolah terkait masa depan mereka. Guna menjawab permasalahan ini, dibutuhkan pelatihan dan pendampingan terkait literasi bisnis digital dan marketing digital. Tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan skill siswa dalam mengoperasikan WhatsApp Business sebagai salah satu aplikasi yang sangat bermanfaat untuk digunakan sebagai alat bisnis dan marketing digital. Tim pengabdian berharap pengenalan WhatsApp Business sejak dini ke siswa-siswa dapat membuka dan membantu mereka paham terkait literasi bisnis digital dan marketing digital. Tujuan yang lebih luasnya adalah menumbuhkan pengusaha muda baru di Daerah Kupang dan sekitarnya.

Metode Pengabdian

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah partisipasi aktif melalui metode pelatihan dan pendampingan. Tahapan pelaksanaan pengabdian ini sebagai berikut.

Gambar 4. Tahapan pengabdian

Tahapan yang dilakukan pada pengabdian ini terdiri dari 3 tahapan, yaitu: observasi mitra, identifikasi masalah mitra, dan solusi permasalahan mitra. Tahap observasi mitra dilaksanakan tanggal 27 April 2022. Tahap identifikasi masalah mitra dilaksanakan pada tanggal 24 Mei 2022. Pelaksanaan di tahap solusi permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Metode kegiatan : Pelatihan & Pendampingan WhatsApp Business
2. Sasaran kegiatan : Siswa kelas XII yang dipilih dari Ibu Kepala Sekolah
3. Waktu kegiatan : Bulan April 2022 sampai selesai
4. Pendampingan : Waktu pendampingan dilaksanakan secara WA Grup

Instrumen evaluasi kegiatan ini berupa interview dengan peserta pengabdian lalu ditindaklanjuti dengan grup WhatsApp yang secara rutin menanyakan perkembangan bisnis melalui WhatsApp Business. Selanjutnya hasil data evaluasi kegiatan ini di analisis secara deskriptif.

 Copyright © 2022, The Author(s)

Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 3, No. 3 (November 2022)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 507-514

Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada bulan April sampai selesai. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan bantuan 3 mahasiswa. Narasumber pada kegiatan ini adalah tim pengabdian. Tim pengabdian telah memiliki sertifikasi Digital Marketing yang dikeluarkan oleh BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi). Berikut nama tim pengabdian dan kompetensinya:

1) Ginanjar Setyo Nugroho : *Entrepreneur, Tourism, Youtuber, Machine Learning*
2) Murniady Muchran : *Entrepreneur, Travel Agency, E-Commerce*
3) Gulam Hazmin : *Financial Technology, Content Creation, Startup*
4) Adi Prasetyo : *Hospital Information System, Big Data*

Pendampingan dilakukan selama 7 bulan. Peserta yang diberi pelatihan ini ada 6 siswa. Peserta berasal dari kelas XII yang sudah lulus dan asalnya dari Kupang & sekitarnya. Saat sesi diskusi, peserta menyampaikan bahwa tidak akan melanjutkan ke tingkat sekolah yang lebih tinggi. Lima peserta menyampaikan bahwa akan berwirausaha atau bekerja setelah lulus dari SMA, sedangkan 1 peserta menyampaikan keraguannya antara bekerja atau meneruskan ke sekolah khusus yang mendalami agama. Apapun masa depan mereka, mereka menyampaikan bahwa mereka juga sangat tertarik dengan materi yang disampaikan pada pengabdian ini.

Materi pada pengabdian ini mengambil referensi dari: Tips Untuk Pemasaran yang dibuat oleh Asosiasi Digital Marketing Indonesia. Materi tersebut telah kami rubah dan disesuaikan dengan kebutuhan siswa. Materi yang diberikan ke peserta terdiri dari:

1) Manfaat Chat Bisnis dengan WhatApp Bisnis
2) Top 6 Kesalahan Umum dalam WhatsApp Bisnis untuk Bisnis & Marketing Digital
3) Super Tips WhatsApp Bisnis untuk Bisnis & Marketing Digital
4) Penerapan Bisnis & Marketing Digital di WhatsApp Group
5) Tanya Jawab berkaitan materi WhatsApp Bisnis

Gambar 5. Slide Materi Pelatihan

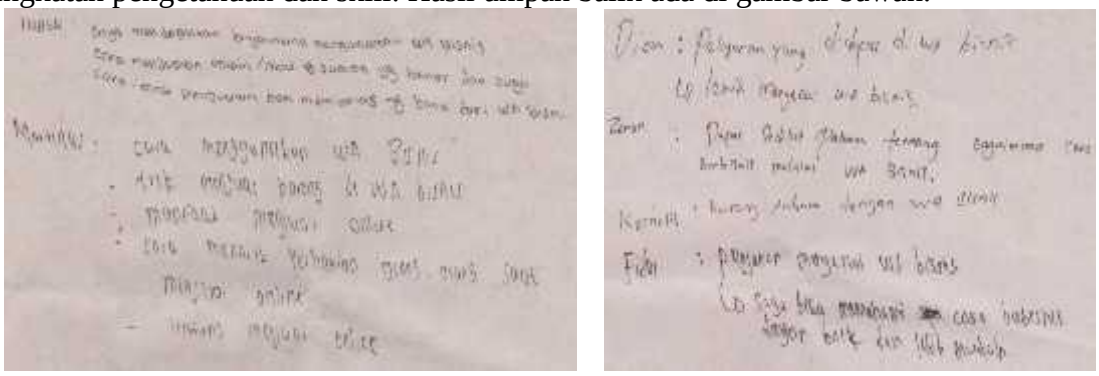
Gambar 6. Pelaksanaan Pelatihan

 Copyright © 2022, The Author(s)

Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 3, No. 3 (November 2022)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 507-514

Dalam proses pelaksanaan kegitan pengabdian, siswa-siswa sangat antusias mengikuti pelatihan ini. Penyampaian materi pada pelatihan ini menggunakan ceramah, tanya dan jawab, dan diskusi bersama. Tidak sedikit juga yang bertanya diluar dari materi pelatihan. Pada sesi tanya jawab muncul banyak ide & gagasan baru yang rencananya akan diterapkan oleh siswa-siswa di tempat asalnya. Setelah materi tanya dan jawab selesai, saatnya melakukan sesi umpan balik ke peserta. Umpan balik di sini adalah hasil evaluasi peningkatan pengetahuan dan skill. Hasil umpan balik ada di gambar bawah.



Gambar 7. Hasil Umpan Balik dari Peserta Pelatihan

Secara ringkas, berdasarkan tulisan tangan peserta di atas, hasil yang di dapat peserta adalah: siswa dapat memahami bagaimana menggunakan WhatsApp Business, cara menjual secara online yang benar, cara menjual dan membalas chat yang baik di WhatsApp Business, trik menggunakan WhatsApp Business, manfaat menjual online, keuntungan dari jual online, bisa mengenal cara berbisnis melalui WhatsApp Business, paham cara berbisnis dengan baik dan lebih mudah. Hasil survey awal kegiatan pendampingan ini adalah siswa yang menggunakan WhatsApp Business hanya 1 dari 6 siswa (tingkat penggunaan WhatsApp Business sebesar 16,7%). Pada saat pendampingan pada tanggal 1 September 2022 berlangsung, semua peserta akhirnya menggunakan WhatsApp Business (tingkat penggunaan WhatsApp Business sebesar 100%). Peningkatan ini menunjukkan bahwa siswa langsung memahami penggunaan WhatsApp Business untuk keperluan usaha mereka. Bukti chat evaluasi kegiatan pendampingan dan tindak lanjut dari hasil ini ada di gambar dibawah.

Gambar 8. Bukti Evaluasi Chat Kegiatan Pendampingan

 Copyright © 2022, The Author(s)

Vol. 3, No. 3 (November 2022)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 507-514

Bentuk tindak lanjut dari hasil ini adalah tim pengabdian tetap mendorong untuk siswa jika ada yang mengalami hambatan atau kesulitan terkait WhatsApp Business untuk dapat berkomunikasi dengan tim pengabdian. Tim pengabdian juga membuka grup konsultasi untuk pengembangan usaha siswa menggunakan WhatsApp Business, antara lain: pembuatan profil WhatsApp Business yang benar, memasukkan produk dalam katalog WhatsApp Business, membuat balasan otomatis, hingga penentuan jam buka dan jam tutup usaha. Selain itu, hasil ini juga telah diserahkan ke pihak sekolah. Tindak lanjut dari sekolah terhadap hasil ini adalah pihak sekolah mengundang tim pengabdian untuk memberikan pelatihan & pendampingan bagi siswa secara rutin di masa mendatang.

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengabdian ini adalah siswa memiliki pemahaman dan skill tentang bagaimana menggunakan WhatsApp Business, cara menjual secara online yang benar, cara menjual dan membalas chat yang baik di WhatsApp Business, trik menggunakan WhatsApp Business, manfaat menjual online, keuntungan dari jual online, bisa mengenal cara berbisnis melalui WhatsApp Business, paham cara berbisnis dengan baik dan lebih mudah. Hasil yang dicapai pada pelaksanaan pendampingan adalah terdapat beberapa peserta yang telah menggunakan WhatsApp Business.

Saran

Saran bagi SMA Sang Timur Yogyakarta adalah agar mengadakan secara rutin program berupa seminar atau pelatihan berkaitan dengan bisnis digital dan marketing digital baik bagi siswa maupun guru dan karyawan.

Daftar Pustaka

Astria, D., & Santi, M. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, *8*(2), 246–270. Retrieved from http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar

Elizabeth, T., Alamsyah, D., & Yoannita, Y. (2022). Pelatihan Penggunaan Aplikasi WhatsApp Business Sebagai Media Pemasaran Online pada Toko CCTV Grosir Cabang Palembang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Fordicate (Informatics Engineering Dedication)*, *1*(2), 150–156. https://doi.org/10.35957/fordicate.v1i2.2409

Fauziah, S. A., Mahendra, A. F., Larien, M. A., Yuliasari, Y., Herdiansah, W., & Effendy, A. A. (2021). Sosialisasi Bisnis Digital Pada Siswa-Siswi SMK Techno Media. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, *1*(2), 140–144. https://doi.org/10.32493/jpdm.v1i2.10657

Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). Analisis Pengunaan Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Perjualan Dan Kedekatan Dengan Pelanggan Di Pt Saung Angklung Udjo. *AdBispreneur*, *5*(2), 193–200. https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i2.29171

Khasanah, K., Nasan, E., & Jus'aini, J. (2021). EFEKTIFITAS MEDIA WHATSAPP GROUP DALAM PEMBELAJARAN DARING. *Akademika Jurnal Teknologi Pendidikan*, *10*(01), 47–65. https://doi.org/10.34005/akademika.v10i01.1344

Latifah, N., Kusumawati, I., Widagdo, T., Yumadhi, R., & Efendi, H. (2022). Edukasi Penggunaan dan Manfaat Whatsapp Business Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI. *Jurnal PADMA*, *2*(1), 76–79.

 Copyright © 2022, The Author(s)

Vol. 3, No. 3 (November 2022)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 507-514

https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/jpdm.v2i1.17878

Nurastuti, W. (2022). Whatsapp Business Sebagai Alat Bantu Pedagang Pasar Tradisional Pada Era New Normal Di Kota Yogyakarta. *Produktif : Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknologi Informasi*, *5*(2), 443–449. https://doi.org/10.35568/produktif.v5i2.1449

Prajana, A. (2017). Pemanfaatan Aplikasi WhatsApp dalam Media Pembelajaran di UIN AR-RANIRY Banda Aceh. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, *1*(2).

Rangkuty, D. M., Lubis, H. P., Herdianto, H., & Zora, M. M. (2022). Pelatihan Digital Marketing WhatsApp Group bagi Kelompok Usaha Rumah Tangga Desa Klambir Lima Kebun Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, *3*(1), 43–49. https://doi.org/10.33394/jpu.v3i1.5068

Sangtimur.id. (2022). Yayasan Karya Sang Timur. Retrieved August 29, 2022, from https://sangtimur.id/

Sugiyantoro, N. L. A., Wijaya, M., & Supriyadi, S. (2022). Benefits of WhatsApp as a Communication Media on Small Business Social Networks. *The Journal of Society and Media*, *6*(1), 1–16. https://doi.org/10.26740/jsm.v6n1.p1-16

Tripathi, S. S., & Brahma, M. (2018). Technology Entrepreneurship in Emerging Markets: An Exploration of Entrepreneurial Models Prevalent in India. *Technology Innovation Management Review*, *8*(1), 24–32. https://doi.org/10.22215/timreview/1131

Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM. *Dedication : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(2), 137–148. https://doi.org/10.31537/dedication.v4i2.362

 Copyright © 2022, The Author(s)