

Pengembangan Sistem Informasi Pemasaran Batik Berbasis Digital pada Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK) Pengrajin Batik Tradisional di Kota Jambi

Abu Sopian^{1*)}, Firdaus²⁾, Fattachul Huda Aminuddin³⁾, Muhammad Danu Saputra⁴⁾

¹⁾⁴⁾ Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Nurdin Hamzah

²⁾ Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nurdin Hamzah

³⁾ Teknologi Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Nurdin Hamzah

^{*)}Correspondence Author: abu.sopian355@gmail.com, Jambi, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.37012/jtik.v9i2.1879>

Abstrak

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang sudah mendunia. Di Provinsi Jambi khususnya Kota Jambi memiliki 3 (tiga) sentra batik yang dijalankan kelompok perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK). Batik tradisional Kelurahan Mudung Laut, Kecamatan Pelayangan dijalankan oleh ibu-ibu rumah tangga dan remaja perempuan. Yang menjadi fokus penelitian yaitu terkait isu ekonomi digital. Dalam pemasaran batik, seharusnya kemudahan teknologi digital mampu membuka peluang bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu kendala adalah pada aspek pemanfaatan teknologi dan pemasaran. Saat ini yang menjadi permasalahan pada sentra batik tradisional Kota Jambi yang pertama adalah kurang efektifnya pemasaran batik, hal ini dapat dilihat dari pemasaran batik masih mengandalkan gerai batik di masing-masing sentra. Permasalahan yang kedua adalah pemasaran batik pada era ekonomi digital saat ini, sentra Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK) pengrajin batik tradisional di Kota Jambi belum memiliki sistem informasi pemasaran batik berbasis digital. Tujuan penelitian ini adalah melakukan pengembangan sistem informasi pemasaran batik berbasis digital untuk membantu pemasaran batik tradisional hasil usaha Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK). Pendekatan penelitian menggunakan metode *research and development* (R&D). Pengembangan sistem menggunakan model *prototype*. Keuntungan dari model *prototype* adalah umpan balik langsung dari pihak sentra batik. Dengan adanya sistem informasi pemasaran berbasis digital dapat meningkatkan efisiensi dan keefektifan kegiatan pemasaran batik yang semula hanya memasarkan melalui gerai batik dan pameran-pameran.

Kata Kunci: Sistem Informasi, Pemasaran, Batik, *Prototype*

Abstract

Batik is one of Indonesia's cultural heritages that is worldwide. In Jambi Province, especially Jambi City, there are 3 (three) batik centers run by Micro and Small Business (UMK) women's groups. Traditional batik in Mudung Laut Village, Pelayangan District is carried out by housewives and young women. The focus of the research is related to digital economic issues. In batik marketing, the ease of digital technology should be able to open up opportunities for economic growth in Indonesia. One of the obstacles is the aspect of using technology and marketing. Currently, the first problem in Jambi City's traditional batik centers is the lack of effective marketing of batik. This can be seen from the fact that batik marketing still relies on batik outlets in each center. The second problem is batik marketing in the current digital economy era, the Women's Group Center for Micro, Small Enterprises (UMK) for traditional batik craftsmen in Jambi City does not yet have a digital-based batik marketing information system. The aim of this research is to develop a digital-based batik marketing information system to help market traditional batik produced by the Women's Micro Small Business Group (UMK). The research approach uses the research and development (R&D) method. System development using a prototype model. The advantage of the prototype model is direct feedback from the batik center. With the existence of a digital-based marketing information system, it can increase the efficiency and effectiveness of batik marketing activities, which were previously only marketed through batik outlets and exhibitions.

Keywords: Information Systems, Marketing, Batik, *Prototype*

PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang sudah mendunia, hal itu dikarenakan sebagian besar daerah di Indonesia memiliki sentra pengrajin batik. Sentra pengrajin batik sejak lama telah memproduksi batik sebagai pakaian tradisional khas masyarakat yang mencirikan dan menjadi simbol nilai-nilai budaya masyarakat daerah setempat. Istilah kata batik berasal dari bahasa Jawa, secara etimologi dapat diartikan yang pertama adalah “amba” artinya lebar, luas, kain, sedangkan yang kedua adalah “titik” artinya adalah titik atau matik sebagai kata kerja untuk membuat batik, lalu kemudian berkembang menjadi istilah “batik” yang dapat diartikan menghubungkan titik-titik menjadi gambar tertentu pada kain yang luas atau lebar. Batik dapat juga diartikan segala sesuatu yang berhubungan dengan membuat titik-titik tertentu pada kain mori.

Provinsi Jambi merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki warisan budaya batik tradisional yang masih menghasilkan batik tradisional hingga saat ini khususnya di Kota Jambi. Pada umumnya pengrajin batik tradisional di Kota Jambi terdiri dari ibu-ibu rumah tangga dan remaja perempuan. Pengrajin batik ini merupakan bagian dari Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK) pengrajin batik tradisional di Kota Jambi khususnya pada sentra pengrajin batik di Kelurahan Mudung Laut, Kecamatan Pelayangan terdapat tiga sentra pengrajin batik yang masih produktif hingga saat ini, yaitu:

Tabel 1. Daftar Sentra Batik Jambi Kelurahan Mudung Laut

No	Sentra Batik	Keterangan
1	Ibu Khadijah	Masih produktif
2	Ibu Adawiyah	Masih produktif
3	Ibu Nazifah	Masih produktif

(Sumber data : Kelurahan Mudung Laut Tahun 2023)

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa sentra batik tradisional Kota Jambi di Kelurahan Mudung Laut, Kecamatan Pelayangan hanya tersisa 3 (tiga) sentra saja yang masih produktif, artinya sentra pengrajin batik tradisional Kota Jambi hanya sedikit jumlahnya. Sedangkan batik merupakan produk unggulan daerah yang seharusnya memiliki kontribusi besar bagi pertumbuhan ekonomi nasional.

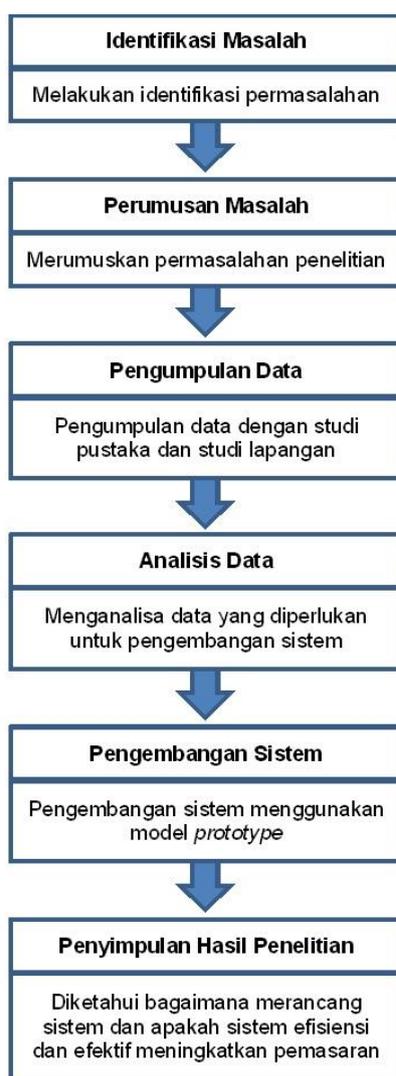
Dalam pemasaran produk unggulan daerah yaitu batik, seharusnya kemudahan teknologi digital secara otomatis mampu membuka banyak peluang bagi pertumbuhan ekonomi. Sedangkan dalam bidang usaha mikro, kontribusi masyarakat perempuan sangatlah bermakna bagi perkembangan perekonomian nasional. Lebih dari 30 juta pengusaha mikro, kecil dan menengah, 60 persennya adalah perempuan. Namun kondisi saat ini perempuan pengusaha mikro dan kecil masih belum menggembirakan. Salah satu kendala terbesar adalah pada aspek pemanfaatan teknologi dan pemasaran. Dua hal tersebut diatas memiliki kontribusi besar dalam perkembangan perekonomian nasional.

Sesuai fokus penelitian yaitu terkait isu ekonomi digital, saat ini yang menjadi permasalahan pada sentra batik tradisional Kota Jambi di Kelurahan Mudung Laut, Kecamatan Pelayangan yang pertama adalah kurang efektifnya pemasaran batik. Hal ini dapat dilihat dari pemasaran batik tradisional masih mengandalkan gerai batik di masing-masing sentra. Pemasaran batik belum dapat menjangkau konsumen secara luas. Permasalahan yang kedua adalah pemasaran batik pada era ekonomi digital saat ini, sentra Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK) pengrajin batik tradisional di Kota Jambi belum memiliki sistem informasi pemasaran batik berbasis digital. Sedangkan dalam pemasaran produk unggulan daerah berupa batik menggunakan digital dapat menjangkau konsumen secara luas. Besarnya kontribusi digital dapat dilihat dari perdagangan online yang telah mengubah ekonomi dunia yang memudahkan masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi di era teknologi saat ini.

Tujuan penelitian ini adalah melakukan pengembangan sistem informasi pemasaran batik berbasis digital untuk membantu pemasaran batik tradisional hasil usaha Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK) pengrajin batik tradisional sentra Kelurahan Mudung Laut, Kecamatan Pelayangan Kota Jambi. Oleh karena itu, dipandang perlu mengembangkan sistem informasi pemasaran batik berbasis digital agar dapat memberikan kontribusi dalam pemasaran batik sehingga dapat menjangkau konsumen secara luas. Untuk mempermudah proses penelitian digunakan pendekatan penelitian dengan metode *research and development (R&D)*, sedangkan untuk pengembangan sistem menggunakan model *prototype*.

METODE

Metode penelitian dalam perancangan sistem informasi pemasaran berbasis digital pada sentra usaha Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK) pengrajin batik tradisional Kelurahan Mudung Laut, Kecamatan Pelayangan Kota Jambi adalah dengan metode *Research and development* (R&D) yang terdiri dari 6 tahapan yaitu tahap identifikasi masalah, perumusan masalah, pengumpulan data, analisis, pengembangan sistem, dan penyimpulan hasil penelitian. Tahapan penelitian dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

1) Identifikasi Masalah

Pada tahapan pertama adalah mengidentifikasi permasalahan yaitu sentra batik tradisional Kota Jambi masih mengandalkan gerai batik di masing-masing sentra. Dan yang kedua belum memiliki sistem informasi pemasaran batik berbasis digital.

2) Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: 1). Bagaimana mengembangkan sistem informasi pemasaran berbasis digital pada Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK) pengrajin batik sentra Kelurahan Mudung Laut?, 2). Apakah dengan adanya sistem informasi pemasaran berbasis digital ini dapat meningkatkan efisiensi dan keefektifan kegiatan pemasaran batik?

3) Pengumpulan Data

Pada tahapan pengumpulan data digunakan teknik pengumpulan data yang terdiri dari studi pustaka yaitu melakukan literatur review studi pustaka dari buku dan jurnal penelitian, sedangkan studi lapangan dilakukan dengan cara observasi pada sentra batik dan melakukan wawancara langsung ke pengelola sentra batik dan pengrajin batik.

4) Analisis Data

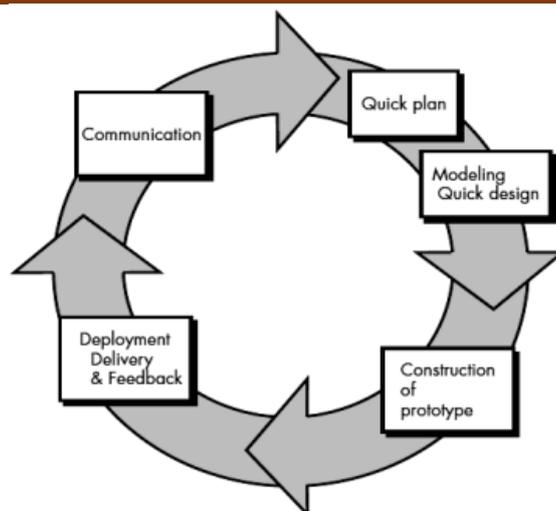
Yaitu tahapan menganalisa data hasil dari observasi lapangan dan hasil wawancara.

5) Pengembangan Sistem

Tahapan pengembangan sistem adalah tahapan untuk mengembangkan sistem informasi pemasaran berbasis digital menggunakan metode *prototype* yang dimulai dari tahap *Communication, Quick Plan, Modeling Quick Design, Construction of Prototype, Deployment, Delivery & Feedback*.

6) Penyimpulan Hasil.

Penyimpulan hasil yaitu tahapan yang dilakukan untuk menyimpulkan hasil dari penelitian dengan mencari bagaimana mengembangkan sistem informasi pemasaran berbasis digital dan mengukur apakah dengan adanya sistem informasi pemasaran berbasis digital ini dapat meningkatkan efisiensi dan keefektifan kegiatan pemasaran batik.



Gambar 2. Model Pengembangan Sistem dengan Model *Prototype*

Pengembangan sistem informasi pemasaran berbasis digital Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK) pengrajin batik tradisional sentra Kelurahan Mudung Laut, Kecamatan Pelayangan Kota Jambi menggunakan model *prototype*, yaitu :

1) *Communication*

Tahapan pengembangan sistem yang dimulai dengan dilakukannya komunikasi antara tim pengembang sistem informasi pemasaran berbasis digital dengan pihak Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK) pengrajin batik tradisional Kelurahan Mudung Laut, Kecamatan Pelayangan Kota Jambi.

2) *Quick Plan*

Tahapan dimana tim pengembang bertemu dengan stakeholder / pihak pengelola sentra batik dan pengrajin batik Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK) Kelurahan Mudung Laut, Kecamatan Pelayangan Kota Jambi untuk mendefinisikan sasaran keseluruhan sistem informasi, mengidentifikasi spesifikasi kebutuhan yang diketahui, dan menggambarkan definisi lebih jauh pada iterasi selanjutnya.

3) *Modeling Quick Design*

Tahapan pembuatan *prototype* direncanakan dengan cepat, dan pemodelan dilakukan yaitu perancangan database dan sistem.

4) *Construction of Prototype*

Tahapan penyerahan *prototype* kepada pihak pengelola sentra batik dan pengrajin batik Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK) Kelurahan Mudung Laut,

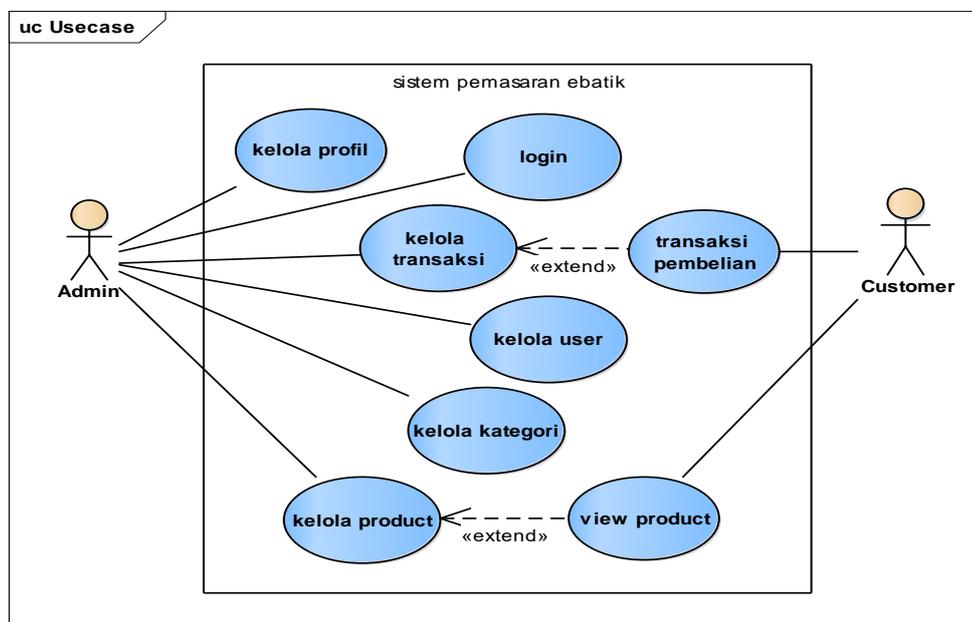
Kecamatan Pelayangan Kota Jambi untuk dievaluasi, dan memberikan umpan balik yang digunakan untuk persyaratan lebih lanjut.

5) *Deployment, Delivery & Feedback*

Tahapan pengulangan proses iterasi apabila *prototype* diperbaiki, dimana mencari umpan balik dari *stakeholder* yaitu pengelola sentra batik dan pengrajin batik terhadap *prototype* sistem informasi pemasaran berbasis digital yang dirancang. Apabila ada perbaikan maka dilakukan perbaikan dengan pengulangan proses iterasi *prototype* hingga sampai dengan sistem informasi pemasaran berbasis digital telah sesuai dengan proses bisnis Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK) Kelurahan Mudung Laut, Kecamatan Pelayangan Kota Jambi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

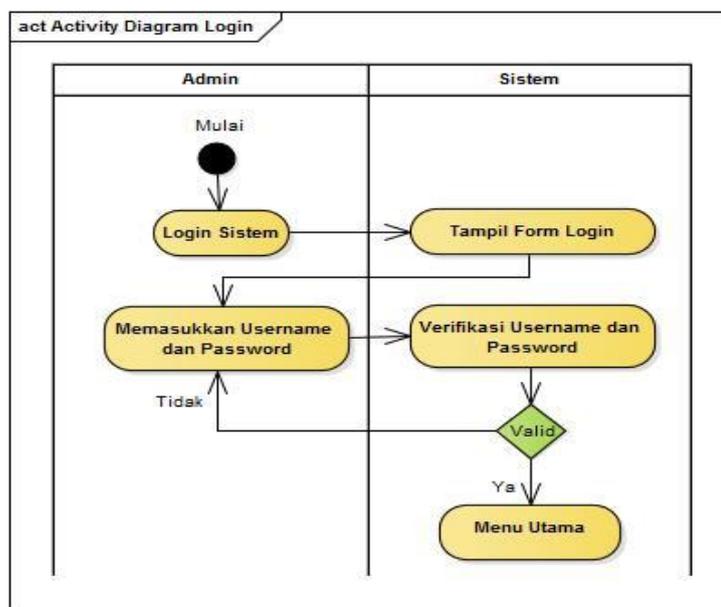
Pada tahapan penelitian dilakukan pemodelan sistem menggunakan *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, dan *Entity Relationship Diagram*. Kemudian dilanjutkan pembuatan kode program. Tahapan pemodelan sistem dilakukan untuk merancang Sistem Informasi Pemasaran Batik dan diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan pencatatan transaksi. Berikut *Use Case Diagram* dari Sistem Informasi.



Gambar 3. *Use Case Diagram* Sistem Informasi Pemasaran Batik

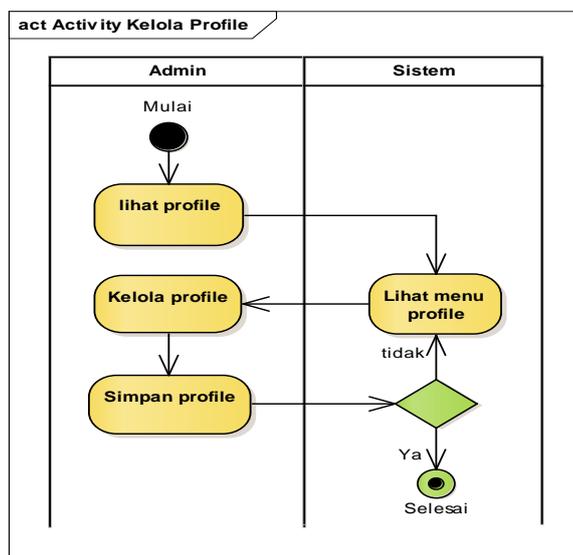
User Admin pada sistem ini dapat mengakses sistem informasi pemasaran batik, dapat login, kelola user, kelola kategori, kelola product, kelola transaksi, kelola profile. *User Customer* pada sistem ini hanya dapat melihat kategori dan product dan dapat melakukan transaksi pembelian product.

Activity Diagram Proses Login Admin dapat dilihat pada gambar 4.



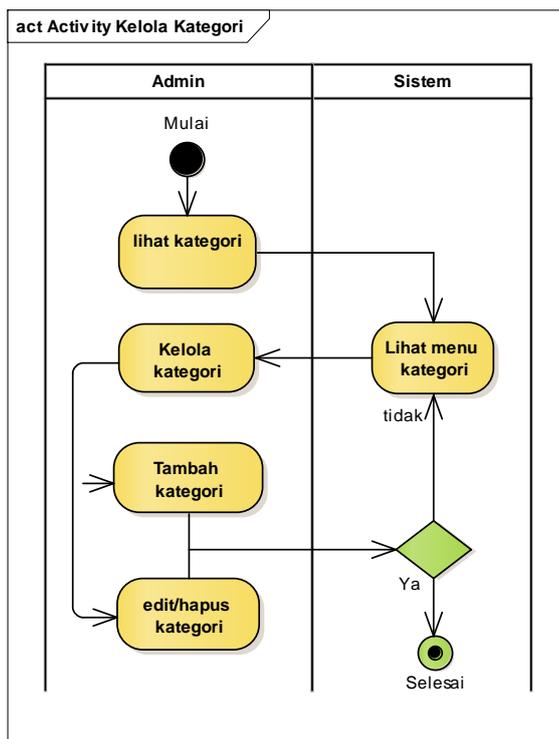
Gambar 4. Activity Diagram Login Admin

Activity Diagram Kelola Profile



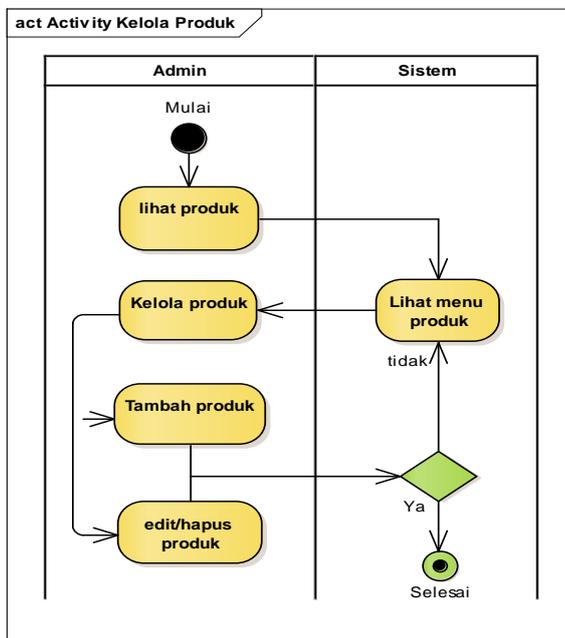
Gambar 5. Activity Diagram Kelola Profile

Activity Diagram Kelola Data Kategori



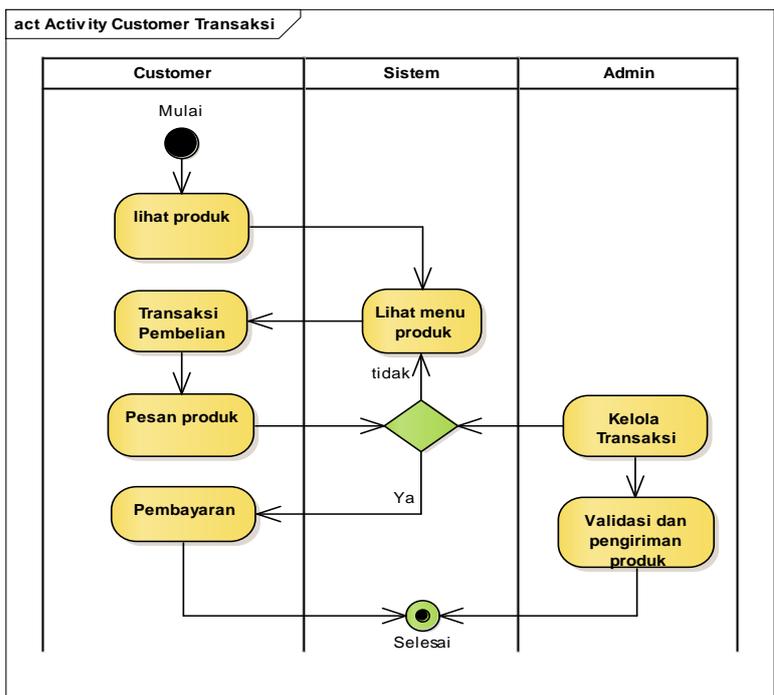
Gambar 6. Activity Diagram Kelola Data Kategori

Activity Diagram Kelola Data Produk



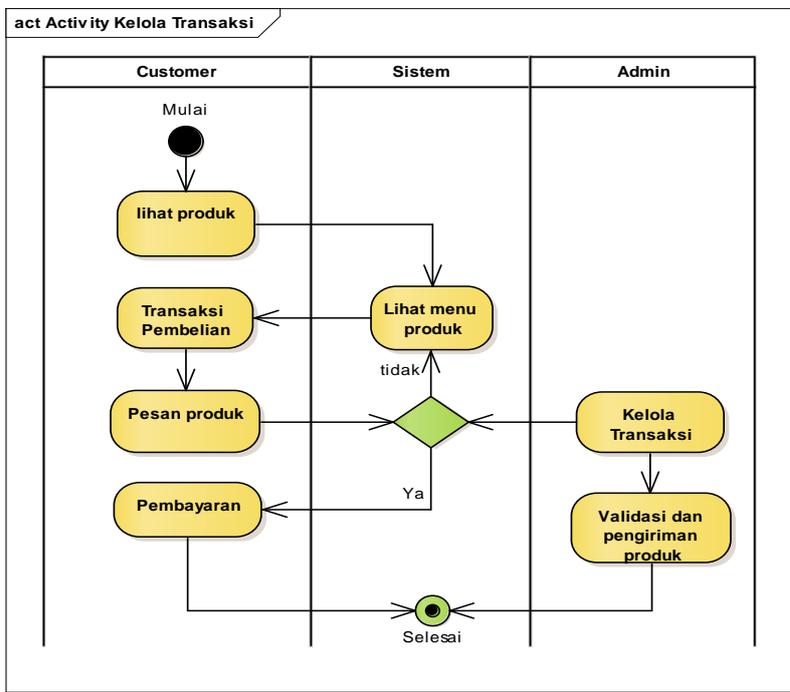
Gambar 7. Activity Diagram Kelola Data Produk

Activity Diagram Transaksi Customer



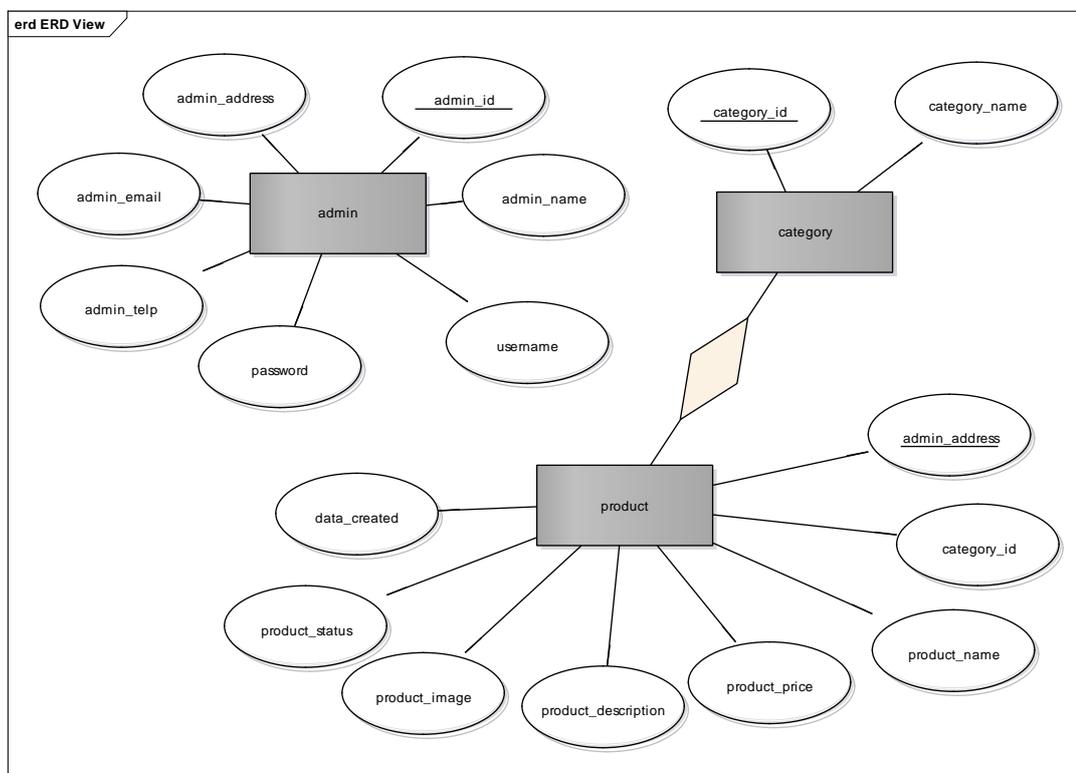
Gambar 8. Activity Diagram Transaksi Customer

Activity Diagram Kelola Transaksi



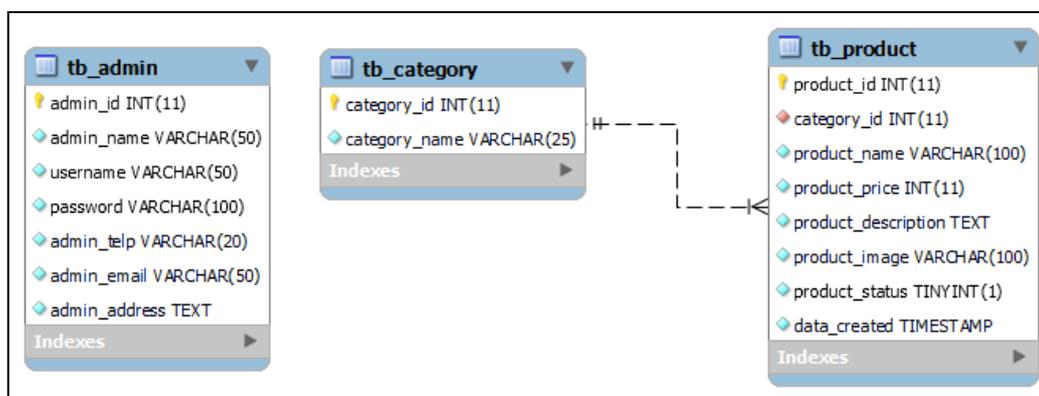
Gambar 9. Activity Diagram Kelola Transaksi

Database Managemet System yang digunakan dalam perancangan Sistem Informasi Pemasaran Batik ini adalah dengan menggunakan MySQL. Berikut entitas beserta atribut yang akan digunakan dan membuat model konseptual *entity relationship diagram*.



Gambar 10. ERD Sistem Pemasaran Batik

Selanjutnya dilakukan desain logikal maka dilakukan tahapan desain physical yaitu penerjemahan data logical menjadi model physical yang lebih terperinci menggunakan skema dan struktur data yang lebih terperinci dengan menerjemahkan entitas dan atribut dalam bentuk *entity relationship diagram* yang telah dibuat menjadi struktur database.

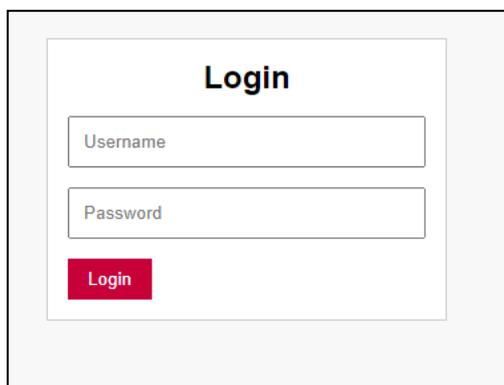


Gambar 11. Database Sistem Pemasaran Batik

Penjelasan untuk gambar 11 pada perancangan database diatas adalah terdiri dari tabel *tb_admin*, tabel *tb_category* dan tabel *tb_product*.

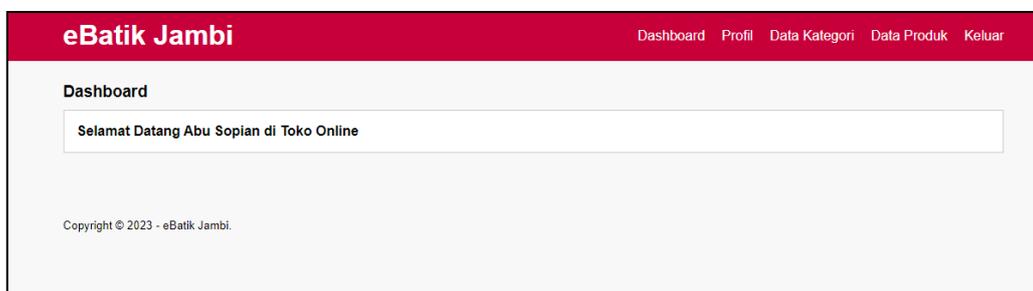
Perancangan sistem adalah rancangan keluaran yang merupakan rancangan desain tampilan dari Sistem Pemasaran Batik yang informasinya berasal dari pembuat, kemudian informasi tersebut disusun dan ditampilkan kepada pengguna. Dalam merancang tampilan, rancangan harus mudah digunakan oleh pengguna agar pengguna dapat dengan mudah menggunakan fitur yang ada pada sistem. Kemudahan akan mempengaruhi efektivitas dan efisiensi pengguna dalam menjalankan pekerjaannya.

Sistem Pemasaran Batik ini memiliki dua level *user* yaitu administrator dan admin dengan masing-masing user tersebut diatas memiliki hak akses yang berbeda. Untuk masuk kedalam aplikasi surat, *user* perlu melakukan *login* dengan cara memasukkan *username* dan *password*. Halaman *login user* dapat dilihat pada gambar 12 sebagai berikut:



Gambar 12. Laman *Login*

Setelah user sukses dalam proses *login* dengan cara mengisikan *username* dan *password*, maka akan tampil halaman utama dari Sistem Pemasaran Batik. Gambar 13 adalah tampilan halaman utama Sistem Pemasaran Batik.



Gambar 13. Laman Menu Utama Admin

Pada menu utama admin terdiri dari menu dashboard yang digunakan untuk melihat dashboard Sistem Pemasaran Batik, berikutnya menu profile yaitu menu profile user dan dapat mengubah username dan password, selanjutnya menu kategori yaitu untuk menambah kategori produk batik, berikutnya adalah menu data produk yaitu untuk menambah produk-produk batik yang dijual.

eBatik Dashboard Profil Data Kategori Data Produk Keluar

Profil

Abu Sopian

admin

+6281380099337

ebatikjambi@gmail.com

Jl. KH. M. Saleh, Seberang Kota Jambi

Ubah Profil

Ubah Password

Password Baru

Konfirmasi Password Baru

Ubah Password

Gambar 14. Laman Menu Profile Admin

eBatik Dashboard Profil Data Kategori Data Produk Keluar

Data Kategori

Tambah Data

No	Kategori	Aksi
1	Alas Meja	Edit Hapus
2	Tas	Edit Hapus
3	Souvenir	Edit Hapus
4	Pakaian Pria	Edit Hapus
5	Pakaian Wanita	Edit Hapus
6	Bahan	Edit Hapus
7	Syal	Edit Hapus
8	Penutup Kepala	Edit Hapus
9	Selendang	Edit Hapus
10	Pakaian Anak	Edit Hapus

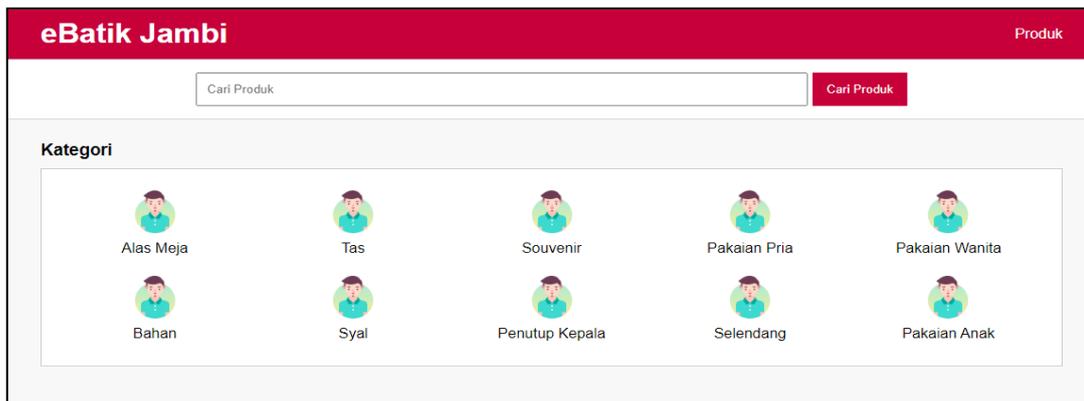
Copyright © 2023 - eBatik Jambi.

Gambar 15. Laman Menu Kategori Batik

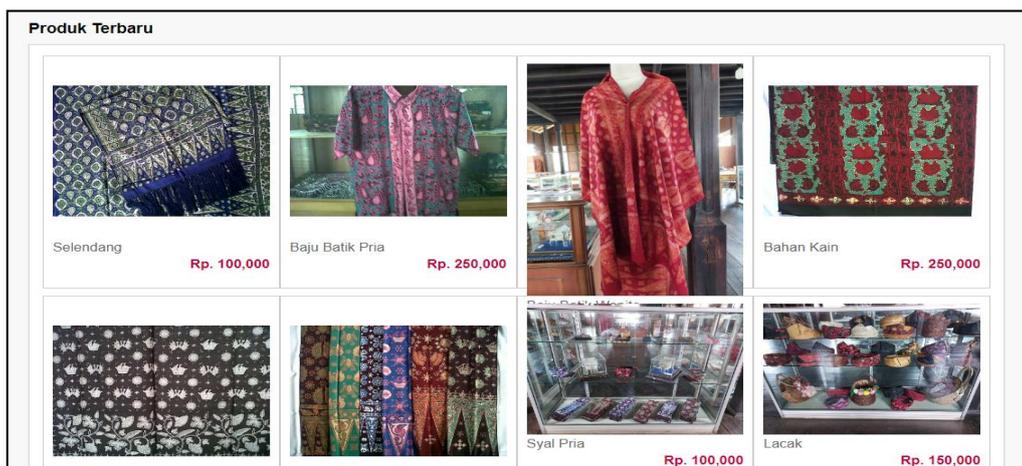
Data Produk						
Tambah Data						
No	Kategori	Nama Produk	Harga	Gambar	Status	Aksi
1	Selendang	Selendang	Rp. 100,000		Aktif	Edit Hapus
2	Pakaian Pria	Baju Batik Pria	Rp. 250,000		Aktif	Edit Hapus
3	Pakaian Wanita	Baju Batik Wanita	Rp. 400,000		Aktif	Edit Hapus
4	Bahan	Bahan Kain	Rp. 250,000		Aktif	Edit Hapus
5	Bahan	Bahan kain	Rp. 200,000		Aktif	Edit Hapus
6	Syal	Syal Wanita	Rp. 150,000		Aktif	Edit Hapus
7	Syal	Syal Pria	Rp. 100,000		Aktif	Edit Hapus

Gambar 16. Laman Menu Produk

Berikut gambar dibawah ini adalah menu utama dari Sistem Pemasaran Batik. Gambar 17 merupakan tampilan utama laman Sistem Pemasaran Batik.

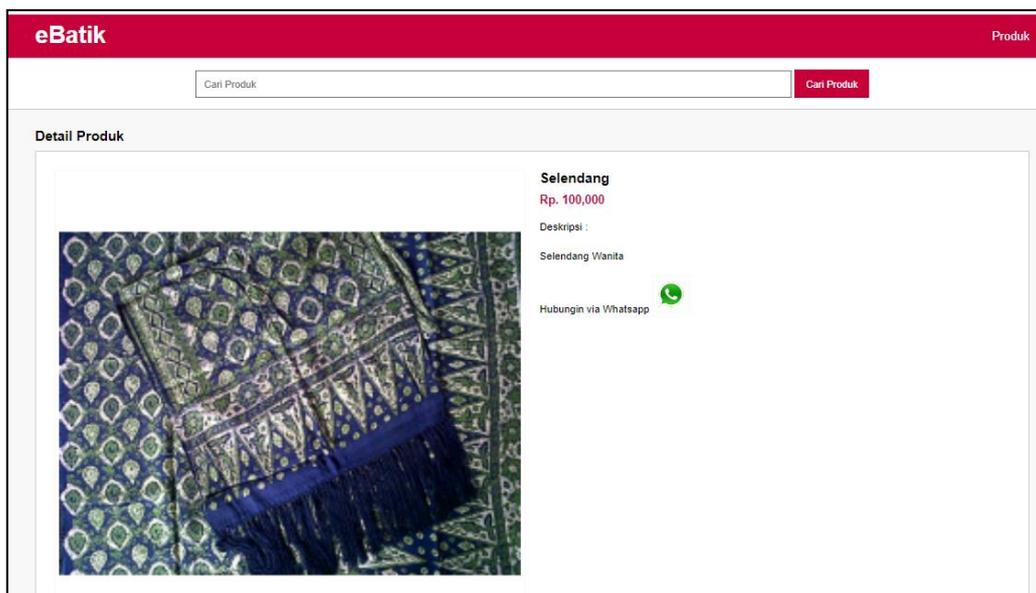


Gambar 17. Laman Utama Sistem Pemasaran Batik



Gambar 18. Laman Menu Produk Batik

Pada gambar 18 merupakan laman untuk melihat produk. Customer dapat membeli atau memesan langsung dengan cara memilih produk yang akan dibeli. Gambar 19 berikut dibawah ini adalah tampilan laman pemesanan produk batik oleh customer.



Gambar 19. Laman Menu Pembelian Produk

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan dari analisis dan perancangan sistem diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan penelitian berhasil mengembangkan sistem informasi pemasaran batik berbasis digital pada Kelompok Perempuan Usaha Mikro Kecil (UMK) pengrajin batik sentra Kelurahan Mudung Laut menggunakan model *prototype*. Model *prototype* lebih cepat dan mudah dalam mengembangkan sebuah sistem dimana produk yang dikembangkan dapat dilakukan dari tahapan pengulangan proses iterasi apabila *prototype* diperbaiki, dimana mencari umpan balik dari *stakeholder* agar sistem dirancang sesuai dengan tujuan awal.
2. Dengan adanya sistem informasi pemasaran berbasis digital ini dapat meningkatkan efisiensi dan keefektifan kegiatan pemasaran batik karena dapat dilakukan pemasaran secara online menggunakan platform berbasis digital dan berbasis web dimana pemasaran sebelumnya hanya mengandalkan gerai batik dan pameran-pameran.

REFERENSI

- Anggraini, WF, Susanto, T, & Ahmad, I (2022). Sistem Informasi Pemasaran Hasil Kelompok Wanita Tani Desa Sungai Langka Menggunakan Metode Design Sprint. ... Dan Sistem Informasi, jim.teknokrat.ac.id, <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/1657>
- Atmaja WP, Lusiana V. (2023). Klasifikasi Jenis Batik Pekalongan Menggunakan Citra Hsi Dengan Metode K-Nearest Neighbor. Informatika Sains dan Teknologi. April; VIII(1): 1-8
- Ekonomi DBPB. Kebijakan dan Strategi Peningkatan Produktifitas Ekonomi Perempuan (PPEP) Jakarta Pusat: Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Republik Indonesia
- Hermawati M, Muchbarak A. (2022). Pengembangan Sistem Informasi RPTRA Info Menggunakan Metode Prototype. Faktor Exacta. Desember; XV(4): 272-282
- Irawan, Y (2019). Sistem Informasi Pemasaran Busana Syar'i Dengan Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web. INTECOMS: Journal of Information Technology and ..., journal.ipm2kpe.or.id, <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/INTECOM/article/view/629>
- Jasmin, MJ, Ulum, F, & Fadly, M (2021). Analisis Sistem Informasi Pemasaran Pada Komunitas Barbershops Menggunakan Framework COBIT 5 Domain Deliver Service And Support (DSS). ... Teknologi Dan Sistem Informasi, jim.teknokrat.ac.id, <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/849>
- Magdalena P, Putra AR. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Pemasaran Batik Sembogem Pada UMKM Desa Bogem Magetan. In Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi. p. 659-661
- Malau, RH, & Limbong, T (2020). Sistem Informasi Pemasaran dan Penjualan Hasil Tenun Ulos Desa Lumban Suhi-Suhi. KAKIFIKOM (Kumpulan Artikel Karya ..., scholar.archive.org, <https://scholar.archive.org/work/6f7h3apvyngwdagaklo7yo22pa/access/wayback/http://ejournal.ust.ac.id/index.php/KAKIFIKOM/article/download/933/pdf1>

- Putra AR, Magdalena P. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Pemasaran Batik Sembogem Pada UMKM Desa Bogem Magetan. In Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi; Madiun. p. 659-661
- Putri LA, Said MI, M, R, Hasan M. (2023). Analisis Pemasaran Digital Barang Elektronik:Pada Toko Computer di Yogyakarta. Intelektiva. Maret; IV(7): 34-50
- Rachman R, Ardiansyah M, Tay E. (2022). Sistem Informasi Kearsipan Surat dan Proposal Berbasis Website. Jurnal Computech & Bisnis. Desember; XVI(8): 162-171
- Saputra A, Nasrulloh D, Dwi ME, Indriyani T. (2023). Pembuatan Aplikasi Inventaris Penjualan Bumbu Rujak Berbasis Websitedengan Metode Waterfall di UMKM Bumbu Rujak Cak Mimin. In Prosiding Seminar Implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi; Surabaya. p. 87-96
- Sholeh, AN (2023). SISTEM INFORMASI PEMASARAN., repository.penerbitwidina.com,
<https://repository.penerbitwidina.com/id/publications/563988/sistem-informasi-pemasaran>
- Sopian A, Wiyatno A. (2020). Perancangan Sistem Informasi Bank Sampah Menggunakan Framework Codeigniter dan Bootsrap dengan Metode Prototype. Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer. Desember; VI(2): 157-167
- Sudiarti, S (2019). Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Website dalam Meningkatkan Pembelian Kerajinan Anyaman di Cv Binangkit Kabupaten Tasikmalaya. Business Innovation and Entrepreneurship ..., ejournals.fkwu.uniga.ac.id,
<http://ejournals.fkwu.uniga.ac.id/index.php/BIEJ/article/view/66>
- Syafitri, Y, Prasetyo, A, & Astika, R (2021). Sistem Informasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Web Pada Kecamatan Bumi Nabung Lampung Tengah. Jurnal Informasi Dan Komputer, dckkotabumi.ac.id,
<http://dckkotabumi.ac.id/ojs/index.php/jik/article/view/233>
- Yunita, HD, Zuhri, K, & Yuniarthe, Y (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Pemasaran Produk Unggulan Bagi Kelompok Usaha Kerajinan Kabupaten Pringsewu Lampung. ... Jurnal Sistem Informasi ..., jurnal.univbinainsan.ac.id,
<https://www.jurnal.univbinainsan.ac.id/index.php/jusim/article/view/1721>
-
- <http://journal.thamrin.ac.id/index.php/jtik/article/view/1879/pdf>