

## Manajemen pemasaran dan persediaan CV. Diwarna berbasis teknologi informasi

Darmanto<sup>1\*</sup>, Erwin Dhaniswara<sup>2</sup>, Agus Prayitno<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Teknik Informatika, Teknik, Universitas Widya Kartika

<sup>2</sup>Teknik elektro, Teknik, Universitas Widya Kartika

\*Email: [darmanto@widyakartika.ac.id](mailto:darmanto@widyakartika.ac.id), [erwin.dhaniswara@gmail.com](mailto:erwin.dhaniswara@gmail.com), [agus.prayitno.sby@gmail.com](mailto:agus.prayitno.sby@gmail.com)

### Abstrak

Pemerintah daerah memiliki peran penting dalam mendorong peningkatan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemanfaatan teknologi digital. Di antaranya dengan pelatihan digital, penyediaan Infrastruktur digital atau pengembangan platform – ecommerce. CV. Diwarna sebagai salah satu UMKM bisnis kaos kaki dan bordir atribut telah memanfaatkan akses internet untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui penjualan secara daring. Strategi pemasaran digital dapat digunakan untuk mempertajam segmentasi pasar dan menjangkau pelanggan yang tepat dengan pesan-pesan yang relevan. Dukungan perangkat pemasaran digital dan sumber daya mitra masih menjadi permasalahan pengembangan pasarnya. Di samping Keputusan perluasan pasar sangat terkait dengan investasi peningkatan produksi. Namun demikian keterbatasan area dan kapasitas produksi serta pengelolaan bahan yang belum terorganisir dapat menjadikan resiko kerusakan bahan, kesulitan manajemen persediaan dan perencanaan produksi, dan mengurangi ketidakefisienan produksi. Seiring dengan program pemerintah tersebut, Tim pelaksana pengabdian Masyarakat Universitas Widya Kartika bekerja sama dengan Mitra CV Diwarna melalui Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) untuk mengoptimalkan kegiatan pemasaran digitalnya dan manajemen produksinya. Tujuan dari program ini adalah meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan ketrampilan para staf atau karyawan untuk memasarkan produk-produknya melalui media digital dan membantu mengurangi ketidakefisienan produksi. Metode pelaksanaannya meliputi kegiatan persiapan, pelatihan dan pendampingan perangkat strategi pemasaran dan manajemen persediaan. Hasil kegiatan PKM berupa peningkatan level keberdayaan Mitra, dalam menerapkan perangkat strategi pemasaran digital, mengelola persediaan bahan serta meremajakan konten websitenya sebagai sarana interaksi, promosi, dan menjalin hubungan baik dengan pelanggannya.

**Kata Kunci:** ecommerce; pemasaran digital; penjualan daring

## Marketing and Inventory Management CV. Diwarna Based on Information Technology

### Abstract

Local governments have an important role in encouraging the improvement of the performance of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) through the use of digital technology. Among them are digital training, provision of digital infrastructure or development of platforms - e-commerce. CV. Diwarna as one of the MSMEs in the sock and attribute embroidery business has utilized internet access to reach a wider market through online sales. Digital marketing strategies can be used to sharpen market segmentation and reach the right customers with relevant messages. Support for digital marketing tools and Partner resources is still a problem in developing its market. In addition, the decision to expand the market is closely related to investment in increasing production. However, limited areas and production capacity and unorganized material management can increase the risk of material damage, difficulty in inventory management and production planning, and reduce production inefficiencies. In line with the government program, the Widya Kartika University Community Service Implementation Team collaborates with CV Diwarna Partners through the Community Partnership Empowerment Program to optimize its digital marketing activities and production management. The purpose of this program is to increase the knowledge, understanding and skills of staff or employees to market their products through digital media and help reduce production inefficiencies. The implementation method includes preparation activities, training and mentoring of marketing strategy devices and inventory management. The results of PKM activities are in the form of increasing the level of Partner empowerment, in implementing digital marketing strategy devices, managing material supplies and rejuvenating their website content as a means of interaction, promotion, and establishing good relationships with their customers.

**Keywords:** ecommerce; digital marketing; online sales

## 1. Pendahuluan

Di era digital yang semakin maju para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dituntut mampu beradaptasi dan berkembang terhadap perubahan bisnis yang semakin cepat. Kehadiran teknologi digital memberikan kemudahan akses bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja usahanya dan membangun ketahanan bisnisnya. Pemerintah daerah memiliki peran penting dalam mendorong peningkatan kinerja UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital. Di antaranya dengan pelatihan digital, penyediaan Infrastruktur digital atau pengembangan platform – ecommerce. CV. Diwarna berdiri sejak tahun 2017 dan sebagai salah satu UMKM yang menghasilkan produk Kaos Kaki dan bordir atribut, seperti pada gambar 1. Usaha ini dapat berkembang dan meraih kesuksesan yang signifikan, dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, pengelolaan bahan yang efisien, dan pelayanan pelanggan yang baik (Friadi, John. dkk., 2023).



**Gambar 1.** Produk Kaos Kaki dan Border Atribut

Tim pelaksana pengabdian Masyarakat bekerja sama dengan Mitra CV. Diwarna melalui Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM). Saat ini Mitra telah memanfaatkan internet untuk memberikan kemudahan akses informasi dan komunikasi. Perusahaan melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan kinerjanya, dengan menggunakan media sosial Instagram dan marketplace serta website bisnis sebagai sarana promosi dan penjualan produknya serta menjalin hubungan baik dengan pelanggannya. Website ini bukan sekedar menjadi sebuah halaman statis yang menyajikan informasi dasar tentang bisnis, tetapi juga berfungsi sebagai pusat komunikasi dan interaksi yang dinamis antara Perusahaan dan audiensnya (Rich, dkk., 2023). Pemanfaatan pemasaran melalui media sosial, yang digunakan CV. Diwarna merupakan pemasaran digital yang tepat. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat dijadikan alat strategis oleh pelaku UMKM karena tidak memiliki batas geografis atau waktu untuk menjangkau pelanggannya (Vera dkk., 2024).

Potensi Produksi Kaos Kaki saat ini mencapai 700-850 pasang dan Bordir hingga ribuan pcs setiap harinya. CV. Diwarna sudah melayani 100 sekolah lebih dalam pengadaan atribut. Area produksi perusahaan cukup terbatas dengan luas sekitar 45 m<sup>2</sup> mampu mengoperasikan 4 mesin produksi Kaos Kaki, seperti gambar 2a. Perusahaan juga menggunakan mesin Bordir komputer 24 kepala untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin meningkat, seperti gambar 2b. Media komputer dapat membantu proses pembuatan desain atribut yang diinginkan sesuai warna, ukuran teks dan logonya sehingga langsung diproses dengan mesin bordirnya (Muhlis, dkk., 2022).



**Gambar 2a.** Mesin produksi Kaos Kaki **Gambar 2b.** Mesin Bordir Atribut

Secara umum Mitra memiliki sejumlah kendala berhubungan dengan kemampuan produksi, ketatnya persaingan, penetrasi pasar, kompetensi tenaga kerja dan selera pelanggan, serta kemampuan

untuk meningkatkan daya saing. Persoalan tersebut terutama terkait keputusan investasi untuk mengembangkan produk dan pasarnya. Sementara dukungan perangkat pemasaran digital dan literasi sumber daya Mitra masih belum optimal. Di samping kondisi keterbatasan area, kapasitas dan tenaga produksi menjadi permasalahan perusahaan untuk memperluas pasarnya. Demikian halnya dengan pengelolaan bahan yang belum terorganisir seperti yang terlihat pada gambar 3. Hal ini dapat menjadikan resiko kerusakan atau hilangnya bahan atau barang, kesalahan pencatatan, kesulitan pencarian dan pengelolaan persediaan, serta mengurangi ketidakefisienan produksi (Yansen, 2017).



**Gambar 3.** Penempatan bahan produksi di berbagai sudut area produksi

Tim pelaksana menawarkan solusi permasalahan mitra melalui investasi peningkatan produksinya sebagai bagian dari strategi pemasaran digitalnya dengan mempertimbangkan aspek efisiensinya. Pendekatan solusinya melalui penerapan iptek berbasis penelitian dan kebutuhan masyarakat. Di antara luaran hasil penelitian Tim pelaksana, yang berkaitan dengan kegiatan PKM ini, di antaranya adalah hasil Penelitian Terapan berupa Aplikasi WebERP pada Perusahaan Jasa Transportasi untuk menunjang manajemen logistik usaha (Indra dkk., 2022), Rancang bangun sistem manajemen persediaan (Julian dkk., 2023), dan Rancang Bangun *E-Marketplace* (Raynald dkk., 2021). Di samping juga PKM tranformasi teknologi PJJ dan pembangunan website sekolah (Darmanto, dkk., 2021, Erwin, dkk, 2023) dan penguatan produksi IRT (Darmanto, dkk., 2022).

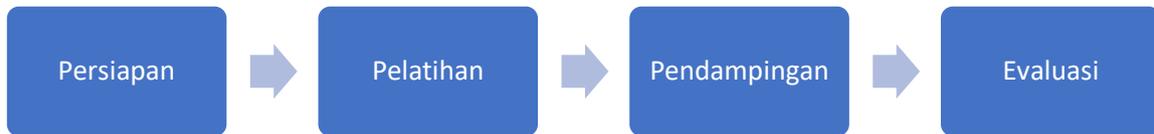
Tujuan dari program ini adalah meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan ketrampilan para karyawan untuk memasarkan produk-produknya melalui media digital dan membantu mengurangi ketidakefisienan produksi. Metode pelaksanaannya meliputi kegiatan persiapan, pelatihan dan pendampingan perangkat strategi pemasaran dan manajemen persediaan. Hasil kegiatan PKM berupa peningkatan level keberdayaan Mitra dalam menerapkan perangkat strategi pemasaran digital, mengelola persediaan bahan serta meremajakan konten websitenya.

## 2. Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini, berupa pengajaran didaktik yang dilakukan baik secara tatap muka langsung, daring di ruang maya maupun atau hybrid sebagai kombinasi keduanya melalui platform Zoom (Darmanto, dkk., 2023). Pendekatan ini dilakukan untuk memastikan bahwa staf atau karyawan Mitra dapat menerima dan menerapkan materi yang disampaikan tim pelaksana. Metode pelaksanaannya meliputi kegiatan persiapan, pelatihan dan pendampingan perangkat strategi pemasaran dan manajemen persediaan seperti yang terlihat pada gambar 4 (Erwin dkk. 2024). Pada tahap persiapan Tim pelaksana bersama mitra melakukan koordinasi tentang rencana pelaksanaan dan serangkaian kegiatan berkaitan dengan pemecahan permasalahan mitra yang telah disepakati. Melakukan koordinasi dan FGD bersama untuk pengadaan perangkat untuk mendukung produksi dan pemasaran digital serta pengadaan sarana lainnya (studio foto mini, meja studio, dan rak-rak produk) dan bahan baku produk sesuai kebutuhan Mitra.

Kegiatan pelaksanaan pelatihan melibatkan personil Mitra yang nantinya berperan menjalankan tugas sesuai dengan tingkat kemampuan dan ketrampilan yang dimilikinya. Pelaksanaan pelatihan pemasaran mencakup, tutorial update konten website yang mencakup manajemen katalog produk dan berita sebagai sarana promosi dan penjualan online dan tutorial optimalisasi pemasaran digital lewat media sosial. Selanjutnya pada tahap pendampingan dari kegiatan pelatihan dirancang untuk

memastikan peserta pelatihan dapat menerapkan apa yang telah dipelajari secara efektif. Pelaksanaan pendampingan, dengan memberikan konsultasi, simulasi dan studi kasus untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam mengoperasikan aplikasi pemasaran digital. Tim pelaksana perlu memonitor dan memberikan dukungan secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa peserta SDM Mitra, baik karyawan atau staf dapat menjalankan praktek aplikasi untuk menghasilkan karya disain konten promosi yang layak dan menarik pelanggan. Namun demikian pada tahap evaluasi tim pengusul juga melakukan monitor untuk melihat bagaimana SDM Mitra menerapkan pengetahuan mereka dalam lingkungan kerjanya. Disamping juga meminta umpan balik dari setiap peserta terkait dengan pelatihan dan pendampingannya.

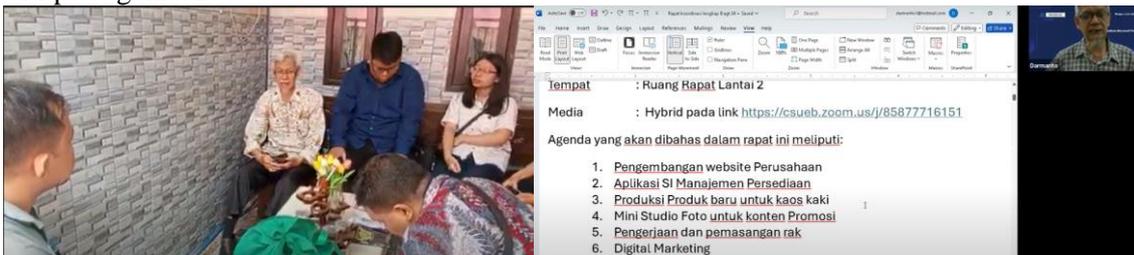


Gambar 4. Tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Pengadaan Perangkat pendukung Kegiatan Produksi dan Pemasaran

Pada awalnya Tim pelaksana PKM bersama Mitra melakukan koordinasi atau Focus Group Discussion (FGD) tentang serangkaian kegiatan yang telah disepakati. Pelaksanaan PKM dijadwalkan selang waktu bulan Juli hingga September 2024. Sosialisasi ini diinformasikan peran dan tugas kepada semua orang yang terlibat. Kegiatan FGD dilakukan secara tatap muka langsung, online atau hybrid lewat media Zoom Meeting. Koordinasi tim pelaksana Bersama mahasiswa Bersama pimpinan dan beberapa karyawan mitra dilakukan pertama kali pada tanggal 7 Juli di tempat mitra. Sementara koordinasi pelaksanaan program kegiatan secara hybrid diselenggarakan di UWIKA, pada tanggal 9 Agustus. Kegiatan FGD membahas terkait dengan agenda pelaksanaan program utama di tempat Mitra, seperti pada gambar 5.



Gambar 5. FGD Tim Pelaksana dan Mitra secara tatap muka dan online

Sebagaimana telah direncanakan Mitra, untuk mendukung kegiatan produksi dan pemasaran digital, tim pelaksana merealisasikan rak penyimpanan bahan baku sesuai kebutuhan Mitra pada tanggal 3 September 2024, seperti yang terlihat pada gambar 6 dan 7. Penataan yang baik membantu mempermudah akses terhadap bahan-bahan yang diperlukan saat produksi, sehingga waktu pencarian bahan dapat dikurangi dan alur kerja menjadi lebih lancar. Disamping juga menghindari dari resiko kerusakan karena kelembaban dan mudah diinventarisasi.



**Gambar 6.** Penataan tempat penyimpanan bahan Kaos Kaki di area mesin produksinya



**Gambar 7.** Penataan tempat penyimpanan bahan bordir di area mesin produksinya

Dalam kegiatan pemasarannya didukung sarana berupa paket studio foto mini dan propertinya berupa manekin kaos kaki untuk mengkreasi konten pemasaran. Tim pelaksana memberikan pengarahan untuk pengambilan foto obyek yang juga dilaksanakan pada tanggal 3 September 2024, seperti gambar 8.



**Gambar 8.** Pengarahan pengambilan obyek bahan konten iklan

Disamping perangkat pendukung, tim pelaksana dan mahasiswa juga melakukan peremajaan website diwarna sebagai saran interaksi dan komunikais dengan pelanggannya. Tampilan situs website dan katalog produknya dapat dilihat pada gambar 9. Pemesanan pelanggan awalnya melalui website langsung ke WA pemilik atau staf bagian penjualan CV. Diwarna. Selanjutnya melalui media sosial pelanggan dapat melaukan Negosiasi dan penjelasan spesifikasi pesanan yang diinginkan sering dengan referensi desain dam spesifikasi yang semakin beragam, termasuk mengenai product knowledge dan harga barang kustem. Disamping perawatan website, juga dikembangkan sistem informasi manajemen persediaan untuk mendukung pengelolaan inventaris bahan. Agenda pengerjaan aplikasi mulai tanggal 12 – 15 Agustus dan 3 – 12 September 2024. Sejauh ini aplikasi masih terus dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan.

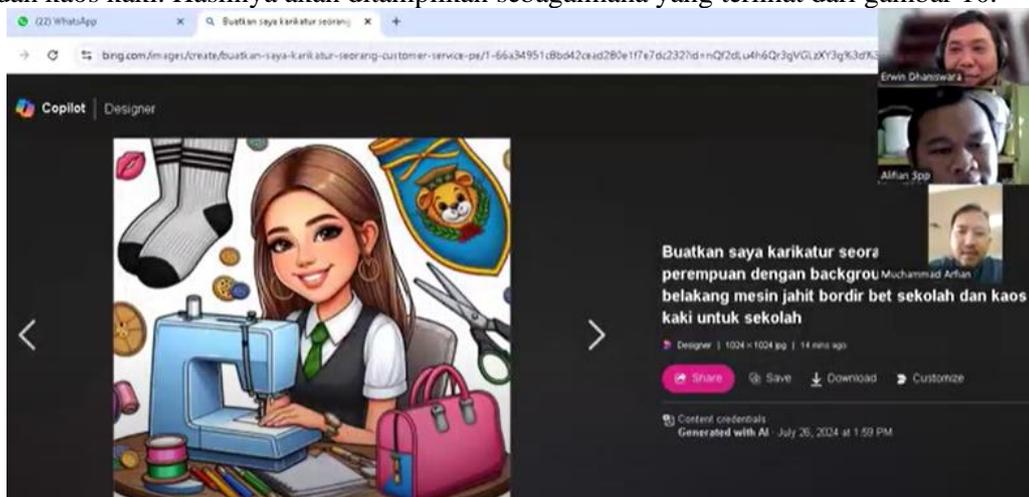


**Gambar 9.** Situs website Diwarna dan konten katalog produknya

### 3.2. Pelatihan dan Penerapan Teknologi Informasi

Pelatihan diperuntukkan terutama bagi pemilik atau staf yang nantinya berperan sebagai admin aplikasi. Pelaksanaan penerapan teknologi digital dilakukan secara berkesinambungan yang meliputi, pelatihan tutorial beberapa perangkat pemasaran digital dan pendampingannya. Penyajian materi dan prakteknya diberikan baik secara online maupun tatap muka langsung untuk konsultasi dan pendampingannya. Tim pengusul menyajikan materi pemasaran digital dengan topik Pembuatan Foto dan Video dengan Artificial Intelligence (AI). AI mengacu pada simulasi kecerdasan manusia dalam mesin yang diprogram untuk berpikir dan belajar seperti manusia. AI bertujuan untuk menciptakan sistem yang dapat melakukan tugas yang biasanya memerlukan kecerdasan manusia, seperti memahami bahasa alami, mengenali gambar, membuat keputusan, dan bermain game (Gede, dkk., 2024). Pada PKM ini peserta diberikan bagaimana membuat foto, video atau materi topik tertentu dengan AI melalui link <https://www.bing.com/images/create>, dan <https://virbo.wondershare.com/app/>. <https://app.fliki.ai/files>. Namun sebelum mengakses aplikasi tersebut pengguna (I) diminta untuk membuat akun terlebih dahulu untuk proses sign-in nya.

Pada pelatihan kali ini para peserta diminta mencoba modul prompt aplikasi yang dibimbing oleh tim. Prompt adalah perintah atau input yang diberikan kepada model kecerdasan buatan (seperti ChatGPT, Gemini dan Copilot AI) untuk menghasilkan respons atau keluaran tertentu. Prompt dapat berupa teks, pertanyaan, atau instruksi yang dirancang untuk memandu model dalam menghasilkan hasil yang relevan dan sesuai dengan permintaan pengguna. Sebagai contoh Prompt dengan ilustrasi pembuatan karikatur seorang perempuan dengan latar belakang terlihat sebuah mesin jahit bordir beds sekolah dan kaos kaki. Hasilnya akan ditampilkan sebagaimana yang terlihat dari gambar 10.



Gambar 10. Ilustrasi pembuatan prompt berupa teks atau instruksi

Beberapa waktu berikutnya tim pelaksana melakukan pendampingan untuk menerapkan beberapa modul aplikasi pemasaran digital sebagai bahan konten promosi. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 20 Agustus sekitar 2 jam, ditempat kerja mitra. Berdasarkan monitor dari tim, para staf sudah mulai mengenal dan memahani praktek baik aplikasinya. Mereka sudah mampu membuat video dengan AI untuk konten iklan promosi produk secara online.



Gambar 11. Pendampingan Tim pelaksana bersama staf untuk praktek aplikasi

#### 4. Kesimpulan

Era digital memberikan berbagai platform yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. CV. Diwarna dengan produknya berupa Kaos Kaki dan bordir atribut ini menawarkan peluang pasar yang menjanjikan melalui berbagai keuntungan teknologi digital. Usaha ini dapat berkembang dan meraih kesuksesan yang signifikan, dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, pengelolaan bahan yang efisien, dan pelayanan pelanggan yang baik. Keterbatasan dukungan perangkat pemasaran digital dan literasi sumber dayanya, Mitra Bersama tim pelaksana bekerjasama lewat PKM berupaya mencari solusi permasalahannya terkait keputusan investasi untuk mengembangkan produk dan pasarnya. Metode pelaksanaannya meliputi kegiatan persiapan, pelatihan dan pendampingan perangkat pemasaran digital. Evaluasinya dilakukan secara bertahap untuk memastikan para staf atau karyawan CV. Diwarna dapat menerima dan menerapkan materi yang disampaikan. Pendekatan tersebut diimplementasikan sebagai pemberian materi yang representatif dan berkembang secara berkelanjutan. Pada PKM yang dilaksanakan Tim pelaksana UWIKA bersama di CV. Diwarna telah memberikan manfaat yang signifikan bagi Perusahaan. Adanya penambahan bahan baku untuk kebutuhan produksi dan tersedianya rak penyimpanan bahan yang terorganisir, sehingga memudahkan karyawan produksi mengakses bahan-bahan dan mengurangi resiko kerusakan. Tersedia Ruang- Studio foto mini dengan perangkat properti manekin kaki atandar membantu staf disain mengkreasi konten promosi. Dukungan utama lainnya melalui peremajaan (update) konten katalog pada website yang sesuai kebutuhan promosi dan ekspansi pasar. Pelatihan perangkat digital dapat menambah pengetahuan dan pemahaman serta ketrampilan para karyawan unit pemasaran dan produksi terkait dengan proses produksi dan pemasarannya. Peningkatan pengetahuan tersebut dapat dilihat dari kemampuan staf pemasaran dan disain untuk membuat karya konten untuk promosi produk kaos kaki. Teknologi digital dapat memberikan banyak manfaat bagi CV. Diwarna, seperti: Efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, sekaligus diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan daya saing Perusahaan.

#### 5. Ucapan terimakasih

Program PKM yang terselenggara dengan baik dan lancar tidak terlepas dari kontribusi berbagai pihak. Pertama kami mengucapkan terimakasih kepada, Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Kemendikbud Ristek Dikti, yang telah membantu pendanaan utamanya. Selanjutnya kepada LPPM UWIKA yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan pengabdian Masyarakat sebagai tanggung jawab dalam melaksanakan tri dharma PT. Terakhir kepada Pimpinan CV. Diwarna sebagai Mitra tim pelaksana bersama para mahasiswa yang ikut berperan serta dalam kegiatan ini.

#### Daftar Pustaka

- Darmanto, Prayitno, Agus., Hermawan, Budi. PKM guru SMA YPPI 2 melalui Transformasi Teknologi Pembelajaran Jarak Jauh. *Jurnal Abdi Dosen*. 2021; 5(4):513-521 <https://doi.org/10.32832/abdidos.v5i4.935>
- Darmanto, Dwi Taufik Hidayat, Indra Budi Trisno. Penguatan pemasaran dan produksi berbasis teknologi informasi pada IRT sewingbynes surabaya. *Jurnal Pengabdian Mandiri* Vol.1, No.7, Juli 2022. <https://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/2470>
- Darmanto, D., Dhaniswara, E. ., & Hidayat, D. T. . (2023). Pelatihan Zoom Meeting untuk guru dan staf pondok pesantren Darul Atsar Al-Islamy. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 12875–12879. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i6.23468>
- Dhaniswara, E. ., Darmanto, Prayitno, A. ., & Kurniawan Budhi , R. . (2024). Sosialisasi Dan Edukasi Implementasi Jaringan Komputer Di Era Industri 4.0. *AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(5 : Juni), 336–342. Retrieved from <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/view/4291>
- Erwin Dhaniswara Buatanol Arifin, Eka Selvi Handayani, Didi Yunaspi, Roza Erda. Transformasi Bahan Ajar Pendidikan Dasar Ke Arah Digital: Optimalisasi Pembelajaran Pendidikan Sekolah Dasar Di Era Teknologi Cybernetics. *Journal Of Social Science Research*, 2023.

- [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=QOJHUP4AAAAJ& citation\\_for\\_view=QOJHUP4AAAAJ:\\_FxGoFyzp5QC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=QOJHUP4AAAAJ&citation_for_view=QOJHUP4AAAAJ:_FxGoFyzp5QC)
- Gede, SM, Daniel, AO., Najirah Umar, dkk. TREN TEKNOLOGI AI (Pengantar, Teori dan Contoh Penerapan Artificial Intelligence di Berbagai Bidang). PT. Sonpedia Publishing Indonesia; 2024. 1 – 354.
- Indra Budi Trisno, Darmanto, Dimas Febrian Elvianto . Aplikasi sistem informasi manajemen pengiriman barang PT. GST. Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK) Vol. 9, No. 5, Oktober 2022 : 993-1002. <https://jtiik.ub.ac.id/index.php/jtiik/article/view/5390>
- John Friadi, Bambang Satriawan, Diana Titik Widayanti, & M. Sigid Safarudin. (2023). TRANSFORMASI MEDIA PEMASARAN UMKM BATIK KAMPUNG KELEMBAK BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL. Jurnal Pendekar Nusantara, 1(1): 31–36. <https://doi.org/10.37776/pend.v1i1.1226>
- Julian Christoper Gunarto, Darmanto, Dwi Taufik Hidayat. Rancang bangun sistem manajemen persediaan pada toko charmshop berbasis web. Prosiding SNITER. Vol 7 No 1.2023. <https://ojs.widyakartika.ac.id/index.php/sniter/issue/view/24>
- Muhlis, Dasmansyah Adyas, Zeze Zakaria Hamzah, dan Muhtadi Nugroho. Strategi pengembangan usaha bordir komputer pada cv grapikaproject perkasa cibinong kabupaten bogor. Economicus, Vol. 16 No. 2 – Desember 2022 e- ISSN: 2615 – 8078. : 166 – 176 <https://ejournal.dewantara.ac.id/index.php/economicus/article/view/303>
- Rich Deshan Djuardi, Vartin Suhandi, Vito Jericho, Budi Setiawan. Perancangan dan Pembuatan Website dan Sosial Media di Desa Wisata Angsana. Jurnal IKRAITH-ABDIMAS Vol 8 No 2 Juli 2024. P-ISSN : 2654-5721 E-ISSN : 2654-75461: 2 – 8. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/issue/view/161>
- Raynald Ryo Liaunardy, Yulius Hari, Darmanto Darmanto. Rancang Bangun E-Marketplace Untuk Eskalasi Penjualan Ikan Cupang Di Tengah Pandemi Covid-19. Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat 2021 Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, 19 Agustus 2021 ISSN: 2598-0256, E-ISSN: 2598-0238. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/2916>
- Vera Maria, Ahmad Fauzan Hidayatullah, Ussy Emmelly Devy Tunning Putri, Rana Sabilah, Nadia Nurul Mursidah, Levina Putri Ramdhany, Fakhriza Aqsyah Syauqi, “Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Kota Serang”, Benefits: Journal of Economics and Tourism, Vol. 1 No. 1, Mei, 2024, hlm. 1-15.
- Yansen H, Rancangan Sistem Informasi Gudang Pabrik Kaos Kaki X; 2017.
- Yulius Hari, Melvie Paramitha, Darmanto, Indra Budi Trisno. Development of Accounting Media to Help Financial Literacy for SMEs in Surabaya. JOINCS (Journal of Informatics, Network, and Computer Science) | Vol. 5 No. 1 (2022) | ISSN 2541-5123 (online).