

PENGEMBANGAN APLIKASI UMKM GO ONLINE PADA PEKON BANDUNGBARU BARAT

Muhammad Junaidi¹, Trisnawati², Kasmi³, Wulandari⁴, Rulin Suastika⁵, Sri Ipnuwati⁶

^{1,2,4,6}Prodi Sistem Informasi, STMIK Pringsewu, Lampung, Indonesia

³Prodi Manajemen Informatika, Lampung, Indonesia

⁵Program Studi Teknik Informatika, Universitas Al-Khairiyah, Cilegon, Banten

^{1,2,3,4,6}Jl. Wisma Rini, No.09 Pringsewu, Lampung

⁵Jl. H. Enggus Arja No 1 Citangkil, Cilegon, Banten, Indonesia

E-Mail: muhammadjunaidi1180@gmail.com, trisnawatistmikpsw@gmail.com, kasmise@gmail.com,
wulandari@gmail.com, swastikarulin@gmail.com, nengachie@gmail.com

Abstrak

Berkembangnya informasi dalam masyarakat ternyata masih banyak yang kurang efektif, efisien, maupun aktual. Bahkan di Indonesia sendiri sering berkembangnya informasi yang *hoax* atau tidak bisa dipercaya kebenarannya. Hal ini sudah umum terjadi diberbagai sektor dalam masyarakat bahkan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) mengenai ketidak validnya tempat, pelaku usaha, jenis usaha dan informasi yang berkaitan dengan hal tersebut yang masih kurang jelas. Untuk itu tujuannya adalah diadakannya wadah informasi yang bersifat khusus berupa aplikasi nonprabayar dengan harapan dapat memuat informasi sesuai kebenarannya. dan juga aplikasi UMKM ini dapat membantu masyarakat lokal dan juga masyarakat di luar bandungbaru barat untuk mengetahui jenis jenis mikro usaha yang ada di pekon bandungbaru barat dan tim juga mengarapkan dengan adanya aplikasi ini dapat menunjang semua jenis mikro usaha untuk lebih berkompeten dan juga maju untuk di waktu yang akan datang. Penelitian ini menggunakan pretest dan posttest untuk mengetahui keefektifan kegiatan pelatihan dan pembuatan aplikasi yang telah dilakukan. Berdasarkan hasil pretest dan posttest yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pemasaran online.

Kata Kunci: Informasi, Aplikasi, UMKM, Online

Abstract

The development of information in society is still a lot that is less effective, efficient, and actual. Even in Indonesia, information hoaxed or cannot be trusted is often developed. This is common in various sectors of society, even MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) regarding the invalidity of places, business actors, types of businesses, and information related to this which is still unclear. For this reason, the goal is to hold a special information forum in the form of a non-prepaid application in the hope that it can contain information according to the truth. And also this MSME application can help local communities and also people outside West Bandung Baru to find out the types of micro-businesses that exist in West Bandung and West Bandung Villages. The team also hopes that this application can support all types of micro-businesses to be more competent and advanced in the future. This study uses pretest and posttest to determine the effectiveness of the training activities and application development that have been carried out. Based on the results of the pretest and posttest that have been carried out, it can be concluded that there is an increase in the understanding of MSME actors regarding online marketing.

Keywords: Information, Applications, SMEs, Online

PENDAHULUAN

STMIK Pringsewu merupakan lembaga pendidikan yang bergerak dalam bidang ilmu IT, sudah semestinya melakukan kegiatan pengabdian masyarakat sebagai bentuk sumbangsih kepada masyarakat. Salah satu lokasi untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah Pekon Bandungbaru Barat yang memiliki beberapa wilayah dusun diantaranya Dusun I, Dusun II, Dusun III, Dusun IV. Jumlah penduduk Pekon Bandungbaru Barat adalah 1.919 jiwa, mayoritas dengan suku Jawa dan beragama Islam dengan mata pencarian sebagai petani, sebagian penduduk mata pencarian sebagai buruh/swasta, pegawai negeri, pengrajin, pedagang, peternak, dan industri kecil rumahan. Beberapa penduduk Pekon Bandungbaru Barat memiliki beberapa UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) seperti usaha gula aren, usaha gula kelapa, usaha budidaya buah naga, usaha peternakan hewan dan usaha kain perca.

Besarnya minat pasar untuk produk yang dihasilkan (Rifa, 2013) UMKM adalah salah satu peluang bisnis yang menguntungkan namun kurangnya dukungan dan perhatian dari pemerintah setempat dan tidak adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha menyebabkan beberapa UMKM di Pekon Bandungbaru Barat kurang berkembang. Dimana usaha tersebut dijadikan sebagai mata pencaharian sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan dan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar. Perkembangan UMKM pada Pekon Bandungbaru Barat saat ini terkesan lambat. Hal ini disebabkan karena adanya pandemi COVID-19 dan ketertinggalan dalam menggunakan teknologi informasi di dalam usahanya. Jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar, mereka senantiasa memiliki kepedulian terhadap penggunaan teknologi baru dalam menunjang bisnisnya.

Sistem yang digunakan oleh UMKM masih memanfaatkan sistem tradisional, sementara pada saat ini zaman sudah canggih disertai dengan keberadaan teknologi yang modern. Maka tentu sangat minim peluang untuk mampu bersaing di dunia usaha jika sistem ini tetap dipertahankan. Oleh karena itu, dengan meningkatkan kemampuan UMKM di bidang teknologi, diharapkan dapat menyelesaikan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Pada era globalisasi seperti saat ini, informasi berkembang sangat cepat, tidak lagi terhalang oleh jarak, waktu maupun kondisi geografis. Hal ini tentunya karena adanya kemajuan teknologi. Dalam kemajuan teknologi banyak para *progremer* dari seluruh penjuru dunia berlomba-lomba dalam membuat dan mengembangkan sistem aplikasi. Berbagai aplikasi diciptakan dari berbagai bentuk baik segi pendidikan, olahraga, hiburan dan masih banyak lainnya. Aplikasi tersebut diciptakan oleh *progremer* dengan sistem berbayar maupun *non prabayar*. Sistem berbayar mengharuskan pengguna aplikasi untuk membayar terlebih dahulu sebelum menggunakan sedangkan sistem *non prabayar* diperoleh secara gratis. Hal tersebut tentunya menguntungkan bagi penggunaannya khususnya pada sistem *non prabayar*, tanpa harus membayar, penikmat dapat menggunakan dan memaksimalkan kegunaannya.

Penggunaan aplikasi dirasa tepat diterapkan dalam UMKM (usaha kecil dan menengah). (Fatmawati, Irviani, Rachman, Putu, Anggie, & Kristina, 2016) Diketahui Provinsi Lampung memiliki 157.922 UMKM pada tahun 2017, dan pada

tahun yang sama di Kabupaten Pringsewu terdapat 3.888 UMKM, sedangkan pada tahun 2017-2021 Pekon Bandungbaru Barat ini memiliki ±30 UMKM. Melihat data tersebut diketahui banyaknya pelaku usaha yang ada, sehingga dikhawatirkan informasi dari setiap UMKM tidak terdefinisi dengan jelas. Untuk mencegah hal tersebut maka perlunya peningkatan informasi mengenai UMKM secara detail agar informasi di setiap sektor dapat diketahui, untuk itu penerapan aplikasi sebagai wadah informasi bagi UMKM khususnya di Pekon Bandungbaru Barat perlu diterapkan.

Salah satu kegunaan aplikasi memudahkan pengguna dalam mendapat informasi. Informasi tersebut dapat mencakup garis, konsep atau ide dari pengetahuan yang didapatkan atau dari pembelajaran, pengalaman maupun intruksi yang telah diolah, diklasifikasikan dan diinterpretasikan serta digunakan untuk proses pengambilan keputusan. Oleh sebab itu adanya aplikasi sangat membantu dalam pemberian informasi yang dapat digunakan pada masa sekarang maupun akan datang, karena kita ketahui bahwa jejak digital merupakan hal yang tidak mudah dihilangkan, sehingga pengarsipan sebuah informasi ke dalam aplikasi dirasa tepat guna untuk kedepannya.

LANDASAN TEORI

2.1 Teknologi Pemasaran

(Nurchaya & Majapahit, 2018) Pemasaran adalah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen pasar sasarannya serta bagaimana memuaskan mereka melalui proses pertukaran dengan tetap memperhatikan semua pihak dan tujuannya terkait dengan kepentingan perusahaan. Menurut Cutler (Sitorus & Utami, 2017), pemasaran adalah usaha untuk memperoleh pelanggan, mitra, investor, karyawan dan orang lain langsung berinteraksi dengan membantu pengguna memutuskan apakah mereka akan memakai barang dan jasa baik untuk dimiliki atau diperlukan. Menurut Fou (Haryono, 2018), pemasaran adalah proses memperluas target pelanggan untuk produk melalui taktik dan saluran yang tepat, mengukur reaksi mereka dan tanggapan, dan akhirnya memfasilitasi jalan mereka untuk membeli. Adanya perkembangan teknologi saat ini, perubahan strategi pemasaran mulai berubah ke arah yang lebih modern. Dahulu kala melakukan promosi melalui surat kabar, majalah, radio maupun televisi. Namun, kini (Rizaldi, Saedudin, Izzati, Industri, & Telkom, 2020; Zarella, 2014) pemasaran lebih berkembang menggunakan teknologi internet dan lebih dikenal dengan sebutan digital marketing. Sasaran yang lebih luas dapat dijangkau oleh pemasaran digital hingga merambah ke dunia internasional. Dimanapun berada kini pemasaran dapat dilakukan karena hampir disemua tempat terdapat jaringan internet dan setiap orang memiliki alat, yaitu smartphone.

2.2 UMKM

(Rifa, 2013; Utami, 2015) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan karakteristiknya, UMKM memiliki posisi strategis di Indonesia. Pertama, UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar. Kedua, tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu. Ketiga, sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. Keempat, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

2.3 Sistem Informasi Manajemen

Informasi berasal dari bahasa latin *Informationem* yang berarti garis, konsep atau ide, sebagai pengetahuan yang didapatkan dari pembelajaran, pengalaman maupun intruksi. Menurut (Muhamad Muslihudin, Fauzi, 2021), informasi merupakan suatu data yang telah diolah, diklasifikasikan dan diinterpretasikan serta digunakan untuk proses pengambilan keputusan. Definisi lain dikemukakan oleh (Sutabri, 2012; Turban, Aronson, & Liang, 2005) informasi merupakan data yang sudah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi pengguna, yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau mendukung sumber informasi. Sedangkan menurut Susanto (2004) informasi merupakan hasil dari pengolahan data yang memberi arti dan manfaat. Dari definisi menurut beberapa ahli maka dapat diambil kesimpulan bahwa informasi merupakan data yang telah diolah, diklasifikasikan dan diinterpretasikan yang digunakan dalam pengambilan keputusan. Informasi memberi arti dan manfaat bagi pengguna karena mencakup garis, konsep atau ide sebagai pengetahuan yang didapatkan.

2.4 Aplikasi

Menurut (Fatta, 2007; Kusrini, 2007) aplikasi adalah satu unit perangkat lunak yang sengaja dibuat untuk memenuhi kebutuhan akan berbagai aktivitas ataupun pekerjaan, seperti aktivitas perniagaan, periklanan, pelayanan masyarakat, game, dan berbagai aktivitas lainnya yang dilakukan oleh manusia. Sedangkan Menurut Yuhefizar, Aplikasi adalah program yang sengaja dibuat dan dikembangkan

sebagai pemenuh kebutuhan penggunanya dalam menjalankan suatu pekerjaan tertentu. Sejalan dengan hal tersebut, menurut Sri Widianti, Aplikasi merupakan sebuah software (perangkat lunak) yang bertugas sebagai *front end* pada sebuah sistem yang dipakai untuk mengelolah berbagai macam data sehingga menjadi sebuah informasi yang bermanfaat untuk penggunanya dan juga sistem yang berkaitan. Dari definisi diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa aplikasi memuat sebuah sistem yang mengolah berbagai macam data. Data tersebut sengaja dibuat dikembangkan sebagai pemenuh kebutuhan penggunanya didalam sebuah program.

METODE PELAKSANAAN

3.1 Penyusunan Jadwal

Dalam kegiatan PkM ini tim melakukan koordinasi berdasarkan jadwal yang telah disepakati bersama. Metode pelaksanaan dalam pengabdian sosialisasi ini dilakukan dengan cara berkoordinasi dengan pihak pekon dan kampus. Penyusunan jadwal kegiatan PKM dalam satu tahapan yaitu tahapan pengembangan, sekaligus tahapan sosiliasasi yang dilakukan pada 8 September 2021.

3.2 Alur Pelaksanaan PkM

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, pertama melakukan penyusunan rencana metode yang akan dilakukan selama proses awal sosialisasi dan rencana selama kegiatan berlangsung. Alur proses pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada gambar 1 yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Alur Pelaksanan PkM

1. Pelaksanaan Jadwal PKM

Pada tahap ini bertujuan untuk melakukan observasi dalam menentukan waktu dan tempat serta membagi setiap anggota untuk saling bekerja sama dengan tujuan agar acara berjalan dengan struktur yang sudah di rencanakan.

2. Pelaksanaan PKM

Pada tanggal 8 September 2021 tim melakukan penyuluhan kepada masyarakat Pekon Bandungbaru Barat melalui seminar “**Sistem Informasi UMKM Berbasis Aplikasi Pada Pekon Bandungbaru Barat**” yang dilakukan oleh Dosen, Mahasiswa STMIK Pringsewu beserta perangkat Pekon dan warga Pekon Bandung Baru Barat.

3. Hasil dari PKM

Dari suksesnya tim dalam menjalankan tugas dan bekerjasama dalam mewujudkan suatu kegiatan PKM, sehingga tim dapat menciptakan sebuah Aplikasi Informasi UMKM Pekon, agar aparatur pekon ataupun masyarakat lebih mudah mengetahui informasi tentang UMKM yang ada di Pekon Bandung Baru Barat serta memberikan pemahaman bagi masyarakat tentang dampak dan manfaat teknologi untuk keberlanjutan UMKM.

3.3. Hasil Pre Test

Sebelum kegiatan pelatihan dan penyusunan aplikasi, tim PKM terlebih dahulu melakukan pretest kepada 22 pelaku UMKM untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mereka terkait dengan pemasaran online. Adapun hasil *pre-test* tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Pre-Test Pada Peserta Kegiatan Sebelum acara di Laksanakan

Aspek	Memahami	Tidak Memahami
Memahami pengertian Pemasaran Online	5	17
Memahami Jenis Pemasaran Online	7	15
Memahami Cara Pemasaran Online	8	14
Memahami Keuntungan Pemasaran Online bagi UMKM	6	16
Memahami Strategi dalam Pemasaran Online	7	15

PELAKSANAAN DAN HASIL

4.1 Model Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) menggunakan metode ceramah, tanya jawab, dan metode diskusi. Dalam metode ini pemateri memaparkan dan menjelaskan uraian materi tentang Penggunaan Aplikasi UMKM Go Online yang di paparkan melalui slide. Kemudian di lanjutkan pada metode tanya jawab dari peserta yang akan diskusikan kembali oleh pemateri dan peserta. Media yang digunakan untuk mempermudah dan memperlancar penyampaian materi penyuluhan yaitu LCD dan laptop untuk menayangkan media Pengabdian Kepada Masyarakat, materi Pengabdian Kepada Masyarakat ini dalam bentuk power point.

4.2 Waktu dan Tempat Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada hari Rabu tanggal 08 September 2021 di GSG Pekon Bandungbaru Barat. Dengan dihadiri para Ibu-

Ibu dan Bapak-Bapak yang memiliki UMKM dan Masyarakat Pekon Bandungbaru Barat. Kegiatan yang dilakukan meliputi :

1. Penjelasan Mengenai Apa itu Aplikasi UMKM Go Online.
2. Pengarahan Mengenai Pemanfaatan Aplikasi Untuk Penunjang Aktivitas Kerja.

4.3 Pelaksanaan PKM

Pelaksanaan PKM dilakukan tahapan demi tahapan dari nol sampai acara dilaksanakan di GSG Pekon Bandungbaru Barat dan melalui berbagai proses seperti koordinasi, verifikasi, permohonan izin dan sebagainya. PKM dikembangkan untuk mengantarkan mahasiswa mencapai taraf pencerahan kreativitas dan inovasi berlandaskan penguasaan sains dan teknologi serta keimanan yang tinggi. Dalam rangka mempersiapkan diri menjadi pemimpin yang cendekiawan, wirausahawan serta berjiwa mandiri dan arif, mahasiswa diberi peluang untuk mengimplementasikan kemampuan, keahlian, sikap, tanggung jawab, membangun kerjasama tim maupun mengembangkan kemandirian melalui kegiatan yang kreatif dalam bidang ilmu yang ditekuni.



Gambar 2. Hasil Persentasi Cara Menggunakan Aplikasi Informasi UMKM Go Online



Gambar 3. Kegiatan Kunjungan ke tempat UMKM Perkebunan Timun Suri



Gambar 4. Kegiatan Kunjungan ke tempat UMKM Gula Aren & Gula Kelapa



Gambar 5. Penyerahan Sertifikat Sosialisasi PkM Tema Informasi Berbagai UMKM



Gambar 6. Kegiatan Sosialisasi PkM Tema Informasi Berbagai UMKM (UMKM Go

4.4. Hasil Post Test

Setelah kegiatan pelatihan dan penyusunan aplikasi, tim PKM melakukan postest kepada 22 pelaku UMKM untuk mengetahui peningkatan pemahaman mereka terkait dengan pemasaran online. Adapun hasil postest tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Post Test Peserta Setelah Melakukan Sosialisasi dan Manfaat Pemasaran Online Melalui (UMKM Go Online)

Aspek	Memahami	Tidak Memahami
Memahami pengertian Pemasaran Online	14	8
Memahami Jenis Pemasaran Online	13	9
Memahami Cara Pemasaran Online	16	6
Memahami Keuntungan Pemasaran Online bagi UMKM	17	5
Memahami Strategi dalam Pemasaran Online	14	8

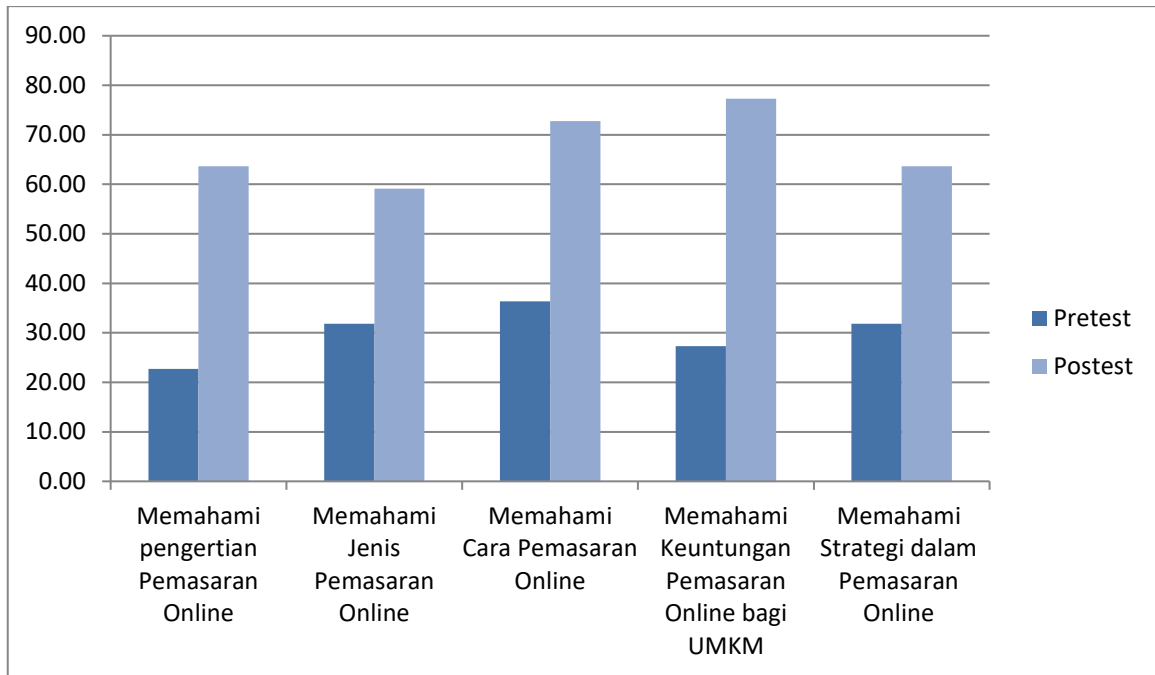
4.5. Analisa Hasil dan Dampak PkM

Dari hasil kegiatan sosialisasi pada Masyarakat yang dilakukan oleh STMIK Pringsewu, dari hasilnya yaitu diharapkan masyarakat pekon Bandungbaru Barat dapat memanfaatkan Aplikasi UMKM Go Online sebagai sarana penunjang aktivitas kerja dimasa pandemi supaya menjadi lebih mudah untuk di mengerti , serta dapat di sosialisasikan dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil pretest dan posttest yang telah dilakukan, terlihat bahwa terdapat peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pemasaran online. Adapun peningkatan untuk setiap aspek dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Dampak Kegiatan PkM UMKM Go Online

Aspek	Pretest	Posttest	Prosentase Peningkatan
Memahami pengertian Pemasaran Online	3 (22.73%)	18 (63.64%)	40.91%
Memahami Jenis Pemasaran Online	4 (31.82%)	15 (59.09%)	27.27%
Memahami Cara Pemasaran Online	2 (36.36%)	16 (72.73%)	36.36%
Memahami Keuntungan Pemasaran Online bagi UMKM	5 (27.27%)	20 (77.27%)	50.00%
Memahami Strategi dalam Pemasaran Online	4 (31.82%)	14 (63.64%)	31.82%

Peningkatan pemahaman 22 pelaku UMKM di Bandungbaru Barat mengenai pemasaran online akan lebih jelas jika disajikan dalam bentuk grafik. Adapun peningkatan untuk setiap aspek dapat dilihat pada Grafik berikut:



Gambar 7. Grafik Perbandingan Hasil Sebelum Pelatihan dan Setelah Pelatihan

KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat bersama warga Pekon Bandungbaru Barat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan protokol kesehatan yang berlaku. Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang telah dilakukan pun memberikan manfaat yang baik bagi mitra Pekon Bandungbaru Barat.

Dari uraian tersebut hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan pada 08 September 2021 dapat di ambil kesimpulan:

1. Keberhasilan jumlah target peserta, Dalam acara Pengabdian Kepada Masyarakat ini di hadiri oleh 22 orang Ibu-Ibu dan Bapak-Bapak yang memiliki UMKM dan Masyarakat pekon Bandungbaru Barat. Ketercapaian target materi sesuai dengan yang telah di rencanakan.
2. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi tentang Sistem Informasi UMKM Berbasis Aplikasi Pada Pekon Bandungbaru Barat, dan memberikan manfaat untuk para peserta dalam memahami penggunaan Aplikasi *"UMKM GO ONLINE"*.
3. Berdasarkan hasil pretest dan posttest yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pemasaran online. Aspek Memahami pengertian Pemasaran Online meningkat 40.19%, Aspek Memahami Jenis Pemasaran Online meningkat 27.27%, Aspek Memahami Cara Pemasaran Online meningkat 36.36%, Aspek Memahami Keuntungan Pemasaran Online bagi UMKM meningkat 50.00%, dan Aspek Memahami Strategi dalam Pemasaran Online meningkat 31.82%

DAFTAR PUSTAKA

- Fatmawati, Irviani, R., Rachman, E. S., Putu, I., Anggie, A., & Kristina, M. (2016). Tata Kelola Teknologi Informasi Sebagai Implementasi E-Government Pada Kabupaten Pemekaran Untuk Meningkatkan Potensi Daerah (Studi : Kabupaten Pringsewu Lampung). *Proseding Senapati*, 1(1).
- Fatta, H. Al. (2007). *Analisis & Perancangan Sistem Informasi untuk Keunggulan Bersaing Perusahaan & Organisasi Modern*. (Agnes Heni Triyuliana, Ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Kusrini. (2007). *Konsep dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan*. (F. S. Suyantoro, Ed.) (Ed. 1). Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Muhamad Muslihudin, Fauzi, S. A. (2021). *Metode Desain & Analisis Sistem Informasi Membangun Aplikasi Dengan UML Dan Model Terstruktur*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nurchahya, H., & Majapahit, S. A. (2018). Kajian Penerapan Teknologi Informasi Pada UMKM Sebagai Upaya Memperluas Pasar Produk Lokal. In *KNSI 2018* (hal. 1365-1369).
- Rifa, B. (2013). Efektivitas Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Krupuk Ikan dalam Program Pengembangan Labsite Pemberdayaan Masyarakat Desa Kedung Rejo Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 1(1), 1.
- Rizaldi, A. F., Saedudin, R. R., Izzati, B. M., Industri, F. R., & Telkom, U. (2020). Perancangan Enterprise Architecture Yogya Group Pada Fungsi Sales Dan Marketing Menggunakan Togaf Adm Design of Enterprise Architecture Yogya Group Function, 7(2), 7290-7297.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. *Fkip Uhamka*, 1-309.
- Sutabri, T. (2012). *Konsep Dasar Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turban, B. E., Aronson, J. E., & Liang, T. (2005). *Decision Support System and Inteleigent System* (7th Ed. Ji). Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Utami, V. W. S. L. R. (2015). Analisis Dampak Pembiayaan Dana Bergulir Kur (Kredit Usaha Rakyat) Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 22(1), 11-25.
- Zarella, D. (2014). *Social Media Marketing*. Igarss 2014. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>