

Penerapan *Digital Marketing* Berbasis *Website* dalam Meningkatkan Daya Saing Penjualan Sarung Tenun Khas Desa Wabula

Implementation of Website-Based Digital Marketing to Enhance the Competitive Advantage of Traditional Woven Sarong Sales in Wabula Village

La Sudarman*, La Jejen, Resfika Aswira, Husriah, Intan Purnama, Hikma

Politeknik Baubau

Jl. Lakarambau Kel. Lipu Kec. Betoambari Kota Baubau

*Email: sudarmanla132@gmail.com

(Diterima 18-04-2025; Disetujui 15-08-2025)

ABSTRAK

Sarung tenun Buton khas Desa Wabula merupakan salah satu kerajinan tangan yang sangat perlu diperhatikan. Salah satu yang perlu ditingkatkan adalah aspek pemasarannya. Aspek pemasaran sarung tenun tersebut dapat ditingkatkan melalui pemasaran melalui aplikasi berbasis *website*. Aplikasi penjualan menggunakan *website* diharapkan mampu menjangkau pasaran lokal, nasional maupun mancanegara. Pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahapan seperti analisis kebutuhan, penerapan aplikasi, evaluasi kegiatan dan pelaporan. Analisis kebutuhan dilaksanakan untuk menentukan jadwal pelaksanaan serta logistik dan susunan acara pelaksanaan. Penerapan aplikasi dilaksanakan untuk memberikan cara pengoperasian aplikasi sistem informasi penjualan. Jumlah mitra sebanyak 6 orang, pelaksanaan kegiatan pada tanggal 17-18 April 2025. Evaluasi kegiatan bertujuan untuk mengukur kemampuan mitra dalam mengoperasikan aplikasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu mengoperasikan aplikasi dengan baik. Hal ini terlihat dari kuesioner yang terukur dengan hasil berupa kategori mampu sebesar 16,67% serta kategori sangat mampu sebesar 83,33%. Pengembangan lebih lanjut dengan adanya dukungan dari pemerintah dengan memberikan bantuan dana atau pelatihan penggunaan media sosial dalam meningkatkan penjualan sarung tenun khas wabula. Hal ini bertujuan agar sarung tenun Buton khas Wabula tetap eksis dan mampu bersaing di pasar lokal, nasional maupun mancanegara.

Kata kunci: daya saing, pemasaran digital, sarung tenun

ABSTRACT

The traditional woven sarong from Wabula Village in Buton is a significant local handicraft that requires serious attention, particularly in its marketing aspects. One way to enhance its market reach is through the development of a web-based application for product promotion and sales. This website-based sales platform is expected to extend market access to local, national, and international levels. This community service activity was carried out in several stages: needs analysis, application implementation, activity evaluation, and reporting. The needs analysis stage aimed to determine the implementation schedule, logistical requirements, and event planning. The application implementation phase involved training participants on how to operate the sales information system. A total of six participants were involved in the activity, which was conducted from April 17 to 18, 2025. The evaluation phase was intended to assess participants' ability to operate the application. The results showed that the participants were able to use the system effectively. Based on the questionnaire results, 16.67% of the participants were categorized as "able" and 83.33% as "highly able". Further development is recommended through government support in the form of funding or training on the use of social media to boost sales of the Wabula traditional woven sarongs. This initiative aims to ensure that Wabula's woven sarongs remain relevant and competitive in local, national, and global markets.

Keywords: competitiveness, digital marketing, woven sarong

PENDAHULUAN

Peningkatan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Sebagai sektor yang menyumbang kontribusi besar terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional, UMKM menjadi tulang punggung dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat (Aliyah, 2022). Namun, tantangan globalisasi dan era digitalisasi memaksa pelaku UMKM untuk terus berinovasi, termasuk dalam hal pemasaran (Kabo-Bah & Bannor, 2025). Salah satu sektor yang sangat potensial adalah

industri sarung tenun khas Desa Wabula, Kecamatan Wabula, Kabupaten Buton. Produk ini memiliki nilai budaya yang tinggi, namun daya saingnya masih rendah akibat kurang optimalnya strategi pemasaran yang digunakan (Hastuti, 2022).

Digital marketing berbasis *website* telah terbukti menjadi salah satu solusi efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM (Mihailova, 2024). Pemanfaatan teknologi ini memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional, dengan biaya yang relatif terjangkau (Lestantri et al., 2021). Selain itu, *digital marketing* dapat memberikan informasi secara *real-time* kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan, termasuk sarung tenun khas Desa Wabula (Wijaya et al., 2025). Dengan pendekatan ini, pengembangan *platform* berbasis *website* untuk pemasaran sarung tenun Khas Wabula tidak hanya relevan tetapi juga strategis untuk menghadapi persaingan di era modern (Junior Cardoso da Silva et al., 2023).

Metode *Waterfall* dipilih dalam pengembangan sistem digital marketing berbasis *website* karena pendekatan ini menawarkan proses yang terstruktur dan terorganisasi (Pasrun et al., 2022). Dalam metode ini, setiap tahap pengembangan dilakukan secara bertahap dan berurutan, mulai dari analisis kebutuhan hingga implementasi dan pemeliharaan sistem (Sarimuddin, 2023). Keunggulan metode ini adalah kemampuannya untuk menghasilkan dokumentasi yang lengkap dan memastikan bahwa setiap tahap pengembangan telah memenuhi spesifikasi yang dibutuhkan sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya (Edy Susena et al., 2022). Dengan demikian, metode *Waterfall* menjadi pilihan yang tepat untuk memastikan keberhasilan pengembangan *website* yang mendukung pemasaran sarung tenun khas Desa Wabula.

Industri kerajinan sarung tenun khas Desa Wabula memiliki potensi besar untuk berkembang apabila didukung oleh strategi pemasaran yang tepat (Sudarman, 2021). Sebagai produk budaya, sarung tenun Wabula memiliki keunikan pada corak dan teknik pembuatannya yang mencerminkan kearifan lokal (Hastuti, 2022). Sarung ini tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga membawa cerita budaya yang mendalam. Namun, meskipun memiliki potensi besar, pengrajin sering mengalami kendala dalam mengakses pasar yang lebih luas (Sifwah et al., 2024). Minimnya penerapan teknologi digital menjadi salah satu hambatan utama yang mengurangi daya saing produk (Az-Zahra, 2021).

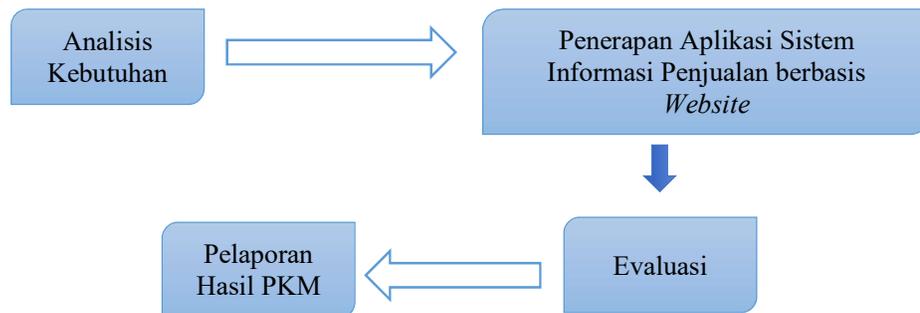
Penerapan *digital marketing* berbasis *website* diharapkan dapat menjadi solusi untuk mengatasi masalah tersebut. *Website* dapat menjadi jembatan antara produsen dan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses pemasaran (Kabo-Bah & Bannor, 2025). Dengan menggunakan *platform digital*, pengrajin dapat mempromosikan produk mereka kepada audiens global, sekaligus memanfaatkan berbagai alat pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan dan daya saing sarung tenun khas desa Wabula.

Website yang dikembangkan untuk pemasaran sarung tenun khas Desa Wabula akan menyediakan berbagai fitur utama seperti katalog produk, deskripsi produk, pencarian produk, komunikasi dengan admin untuk menanyakan produk terbaru, integrasi pembayaran, dan fitur pelacakan status pesanan secara *real-time* (Roa et al., 2022). Selain itu, sistem ini juga menyediakan fitur tambahan yang menampilkan nilai sejarah setiap motif sarung tenun khas desa Wabula, memberikan nilai tambah bagi pengunjung (Putra, 2022).

Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan penggunaan *platform digital* penerapan aplikasi sistem informasi penjualan berbasis *website* untuk mempermudah transaksi penjualan sarung tenun khas desa Wabula. Berdasarkan hasil temuan saat penelitian sebelumnya ditemukan bahwa sarung tenun khas desa Wabula belum memiliki pemasaran secara digital. Temuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Harjoprawiro et al., 2024) dan (Sudarman et al., 2024), bahwa perlu adanya pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing sarung tenun khas desa Wabula. Dengan demikian, pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan UMKM, khususnya di sektor kerajinan tradisional, sekaligus menjadi referensi bagi studi-studi sejenis di masa mendatang.

BAHAN DAN METODE

Pengabdian ini akan dilaksanakn pada tanggal 17-18 April 2025, tempat pelaksanaan pada UMKM Sarung Tenun khas Desa Wabula di Desa Wabula Kec. Wabula Kabupaten Buton. Jumlah mitra sasaran 3 UMKM dengan jumlah 6 orang. Tiap kelompok mitra terdiri dari 2 orang. Adapun teknik pelaksanaan PkM dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan PkM Digitalisasi Penjualan Sarung Buton Khas Wabula

- 1) Analisis kebutuhan, berawal dari observasi lapangan dan pengumpulan data, serta permasalahan yang terjadi di lapangan. Selain itu, analisis kebutuhan terkait waktu pelaksanaan kegiatan, kebutuhan selama pelaksanaan kegiatan seperti dokumen persuratan, jadwal pelaksanaan kegiatan, ssertal logistik yang digunakan selama kegiatan akan berlangsung nantinya.
- 2) Aplikasi yang akan disosialisasikan/ diterapkan sudah dibuat dan diujicoba pada saat penelitian sebelumnya. Pengabdian ini merupakan hasil dari tindak lanjut kegiatan penelitian. Pada tahap ini, kegiatan akan dilaksanakan dengan metode pelatihan langsung kepada UMKM Sarung tenun Buton.
- 3) Evaluasi kegiatan. Evaluasi kegiatan dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan dimulai dengan menayakan sejauh mana pemahaman pelaku UMKM sarung Buton dalam mengoperasikan aplikasi. Pada tahapan ini, peserta diberikan kuesioner sebelum dan setelah kegiatan berlangsung. Hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan pengoperasian aplikasi sistem informasi penjualan sarung tenun khas Desa Wabula berbasis *website*.
- 4) Pelaporan hasil Pengabdian kepada Masyarakat. Langkah terakhir adalah pelaporan hasil kegiatan PkM. Kegiatan PkM dibuatkan laporan sesuai pedoman penyusunan Laporan Akhir PkM dari Politeknik Baubau dan disertakan dengan video kegiatan yang bisa diakses di *youtube*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan adalah proses sistematis untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna dalam perencanaan pelaksanaan kegiatan (Kendall & Kendall, 2011). Analisis kebutuhan dilaksanakan pada tanggal 10-11 April 2025 bersama mitra pengabdian. Tim pengabdian berkunjung ke salah satu penun sarung Buton khas Wabula. Hasil dari analisis kebutuhan kegiatan menunjukkan bahwa waktu pelaksanaan perlu dirancang dengan cermat, mempertimbangkan ketersediaan peserta, lokasi kegiatan, serta kesiapan logistik dan dokumen pendukung. Dari hasil analisis kebutuhan ditentukan waktu pelaksanaan kegiatan pada tanggal 17-18 April 2025.

Jadwal kegiatan akan disusun secara rinci, mencakup tanggal pelaksanaan, durasi kegiatan, serta pembagian waktu untuk setiap sesi, termasuk waktu istirahat dan transisi. Selama pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa kebutuhan penting yang harus dipenuhi. Dari segi administrasi, diperlukan sejumlah dokumen persuratan seperti surat permohonan izin pelaksanaan, surat tugas panitia, notulen rapat persiapan, serta dokumen administrasi lainnya yang berkaitan dengan kelancaran pelaksanaan kegiatan.

Selain itu, penyusunan jadwal kegiatan menjadi hal krusial untuk memastikan seluruh rangkaian acara berjalan sesuai rencana. Jadwal tersebut akan memuat susunan acara secara terstruktur, nama narasumber atau penanggung jawab sesi, serta rincian waktu pelaksanaan setiap bagian kegiatan. Dari aspek logistik, kegiatan memerlukan berbagai perlengkapan pendukung, antara lain tempat atau lokasi yang memadai, peralatan presentasi seperti proyektor dan *sound system*, alat tulis kantor

(ATK) bagi peserta dan panitia, konsumsi untuk seluruh pihak yang terlibat, media promosi seperti spanduk atau backdrop, serta perlengkapan dokumentasi seperti kamera dan tripod. Jika diperlukan, pengadaan transportasi dan akomodasi juga akan disiapkan, terutama jika kegiatan dilaksanakan di luar kota atau melibatkan mobilisasi peserta dalam jumlah besar. Dengan memperhatikan seluruh aspek tersebut, kegiatan diharapkan dapat berjalan dengan lancar, terorganisir, dan mencapai tujuan yang telah direncanakan. Berikut dokumentasi pelaksanaan analisis kebutuhan.



Gambar 2. Dokumentasi Analisis Kebutuhan

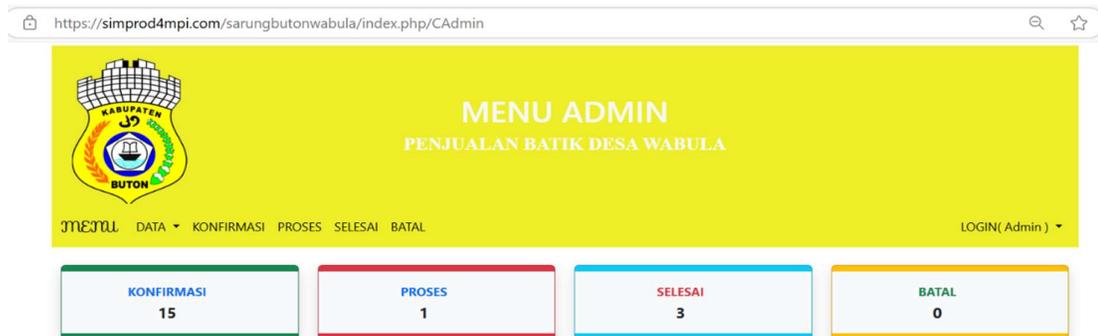
Penerapan Aplikasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis *Website*

Penerapan aplikasi adalah proses implementasi sistem perangkat lunak sesuai kebutuhan pengguna untuk mendukung aktivitas bisnis secara efektif (Sommerville, 2016). Merupakan kegiatan inti dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Dilaksanakan pada tanggal 17-18 April 2025. Tahapan ini tim pengabdian menjelaskan prosedur pengoperasian aplikasi sistem informasi penjualan. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. *Login administrator*

Tim pengabdian terlebih dahulu menjelaskan bagaimana cara mengoperasikan administrator. Akun ini dibuat untuk dioperasikan khusus oleh penunun sarung Buton khas Wabula. Akun ini bertujuan untuk memberikan kemudahan untuk memantau dan memproses pembelian sarung Buton oleh pelanggan. Langkah-langkahnya sebagai berikut:

Admin melakukan *login* pada <https://simprod4mpi.com/sarungbutonwabula/>, kemudian akan muncul tampilan sebagai berikut:



Gambar 3. Tampilan Menu Administrator

Pada gambar 3 di atas, ada beberapa pilihan menu antara lain : menu data, konformasi, proses, selesai dan batal. Menu data untuk melihat daftar data pelanggan yang telah membuat akun pada aplikasi sistem informasi penjualan. Berikut tampilan pada saat admin mengklik menu data:

DATA PELANGGAN								
No	Kode	NIK	Nama Pelanggan	Alamat	Telepon	Rekening	Password	action
1	1	7406170901850001	Alfath Saleh	Baubau Wangkanapi Wolio Baubau Sulawesi Tenggara	085242229330	00938812823	*****	Edit Hapus
2	2	7406170901850001	Almaira Saleh	Kendari Wangkanapi Wolio Baubau Sulawesi Tenggara	085242229330	00938812823	*****	Edit Hapus
3	4	7406172102870001	Haitham Sultan Saleh	Kendari Wua-Wua Wua Wua Kendari Sulawesi Tenggara	085242229330	00938812823	*****	Edit Hapus
4	6	222	1	DASD DAS DAD ASD DA	222	111	*****	Edit Hapus
5	7	74240000000000000001	Ricardo Salamessy	Olas RT 5 Olas Olas SBB Maluku	082399999900	BTN	*****	Edit Hapus

Gambar 4. Tampilan Data Pelanggan

Pada gambar 4 di atas, terlihat data pelanggan yang menampilkan NIK, nama pelanggan, alamat, telepon, nomor rekening *password*, serta tombol action yang digunakan untuk mengedit atau menghapus data pelanggan.

Menu konfirmasi digunakan untuk mengkonfirmasi pesanan pelanggan. Jika admin tidak melakukan konfirmasi pesanan maka barang yang dipesan tidak bisa diproses lebih lanjut. Menu proses digunakan untuk memproses pesanan pelanggan. Menu proses dapat digunakan admin apabila telah melakukan konfirmasi pesanan pelanggan sebelumnya. Menu selesai digunakan untuk mengecek pesanan pelanggan yang telah selesai diproses. Menu batal digunakan untuk membatalkan pesanan pelanggan.



2. Login pelanggan

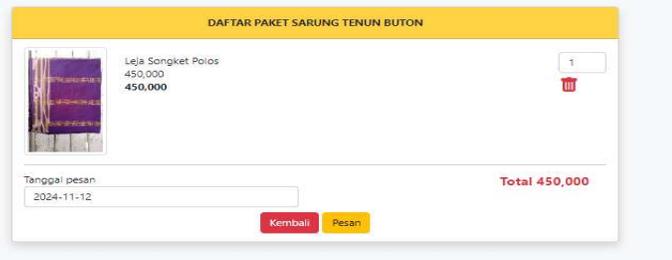
Login pelanggan digunakan untuk pembuatan akun pelanggan serta bagaimana pelanggan melakukan transaksi jual beli. Berikut beberapa langkah yang dilakukan oleh pelanggan dalam mengoperasikan aplikasi sistem informasi penjualan.

Pelanggan melakukan login pada link <https://simprod4mpi.com/sarungbutonwabula/>, jika belum memiliki akun maka pelanggan membuat akun baru seperti tampilan berikut:

DATA PELANGGAN BARU	
Nama Pelanggan *	NIK *
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Alamat*	
<input type="text"/>	
Desa*	Kecamatan *
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Kabupaten	Provinsi *
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Nama Kabupaten/Kota	Provinsi
Telepon*	Rekening * *
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Telepon	admin
Password*	Koordinat Lokasi *
<input type="password"/>	<input type="text"/>
	Koordinat
	<input type="text"/>
<input type="button" value="Buat Akun"/> <input type="button" value="Batal"/>	

Gambar 5. Menu Isian Data Pelanggan

Pada gambar 5 di atas, pelanggan mengisi data yang diminta. Jika semua data telah terisi kemudian pelanggan mengklik tombol buat akun. Setelah itu akun pelanggan sudah jadi dan siap digunakan untuk memesan sarung Buton khas Wabula. Berikut tampilan akun pelanggan jika telah selesai membuat akun



Gambar 6. Tampilan Menu pada Akun Pelanggan

3. Proses Pemesanan Sarung Buton khas Wabula Oleh Pelanggan

Setelah pelanggan *login*, pelanggan bisa memesan produk dengan mengklik tombol pesan pada gambar 6 diatas, pelanggan dapat melihat detail produk yang telah dipilih dan melanjutkan ke langkah berikutnya. Untuk melanjutkan pesanan, pelanggan hanya perlu memilih tombol "Pesan," yang akan mengarahkan mereka ke halaman pembayaran. Dengan tampilan yang sederhana dan mudah diakses, pelanggan dapat dengan cepat menyelesaikan proses pemesanan produk sarung tenun Buton. Setelah mengklik tombol pesan, akan muncul menu konfirmasi seperti gambar berikut:



Gambar 7. Menu Konfirmasi Pesanan

Gambar 7. menunjukkan tampilan menu konfirmasi pesanan produk. Pada menu ini, pelanggan diharuskan untuk memasukkan informasi pembayaran secara lengkap, termasuk nomor rekening, jenis rekening, nama pemilik rekening, dan bukti pembayaran yang jelas. Data ini diperlukan untuk memverifikasi bahwa transaksi telah berhasil dilakukan sebelum pesanan diproses lebih lanjut. Setelah mengisi informasi yang dibutuhkan, pelanggan dapat melanjutkan proses dengan memilih tombol konfirmasi pesanan. Tombol ini akan mengirimkan data konfirmasi kepada admin, yang kemudian memvalidasi pembayaran dan mengubah status pesanan menjadi "Proses Pengantaran." Dengan langkah ini, pelanggan dapat memastikan pesanan mereka diproses dan siap dikirim. Setelah mengklik tombol konfirmasi pesanan, akan muncul menu daftar pesanan yang bisa dilihat oleh pelanggan seperti gambar berikut:



Gambar 8. Tampilan Menu Daftar Belanja Sarung Buton

Pada gambar 8 di atas, pelanggan bisa melihat daftar jumlah pesanan yang telah dipesan. Pada tombol action, ada tombol detail untuk melihat detail dan informasi perkembangan pesanan. Selain itu ada juga tombol batal transaksi untuk melakukan pembatalan transaksi. Pelanggan bisa memantau proses pembelian hingga barang yang dipesan sampai ke tempat pelanggan pada menu ini.

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan adalah proses sistematis untuk mengukur efektivitas pelaksanaan kegiatan guna mendukung pengambilan keputusan yang tepat (Sudjana, 2019). Pelaksanaan evaluasi kegiatan dilaksanakan pada saat kegiatan berlangsung dengan memberikan kuesioner kepada mitra. Jumlah mitra pada pengabdian ini sebanyak 6 orang. Adapun hasil pengukuran keberhasilan pengabdian terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Evaluasi Tingkat Kemampuan Mitra

No	Pernyataan	Tingkat Kemampuan					Jumlah
		Sangat tidak mampu	Tidak mampu	Cukup mampu	Mampu	Sangat Mampu	
1	Saya mampu melakukan login sebagai administrator dengan benar.	0	0	0	0	6	6
2	Saya mampu mengakses dan menggunakan fitur-fitur yang tersedia untuk administrator.	0	0	0	2	4	6
3	Saya mampu melakukan login sebagai pelanggan menggunakan akun yang tersedia.	0	0	0	0	6	6
4	Saya mampu menavigasi halaman aplikasi sebagai pelanggan tanpa bantuan.	0	0	0	3	3	6
5	Saya mampu mencari dan memilih produk sarung yang ingin dipesan.	0	0	0	0	6	6
6	Saya mampu mengisi data pemesanan sarung secara lengkap dan akurat.	0	0	0	0	6	6
7	Saya mampu menyelesaikan proses pemesanan sarung hingga tahap akhir.	0	0	0	1	5	6
8	Saya mampu mengoperasikan seluruh alur aplikasi secara mandiri dan lancar.	0	0	0	2	4	6
Jumlah		0	0	0	8	40	48
Persentase Tingkat Kemampuan Mitra		0%	0%	0%	16,67%	83,33%	

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Hasil perhitungan tingkat kemampuan mitra dalam mengoperasikan aplikasi sistem informasi penjualan kategori mampu sebesar 16,67%, kategori sangat mampu sebesar 83,33%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar mitra sangat mampu mengoperasikan aplikasi. Adapun keberlanjutan program pengabdian adalah dengan terus melakukan pendampingan dan pengembangan aplikasi agar mitra lebih baik dan terus terupdate.

Pelaporan hasil Pengabdian kepada Masyarakat

Pelaporan hasil pengabdian Masyarakat dilakukan setelah kegiatan pelaksanaan pengabdian dilakukan. Pelaporan hasil dilaksanakan pada bulan Agustus 2025 dengan mengumpulkan laporan hasil pengabdian serta artikel pengabdian dengan status minimal *review*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil pengabdian ini memberikan informasi bahwa mitra pengabdian mampu mengoperasikan aplikasi sistem informasi penjualan. Hal ini dapat dilihat dari kuesioner tingkat kemampuan mitra dalam mengoperasikan aplikasi berupa kategori mampu sebesar 16,67%, kategori sangat mampu

sebesar 83,33%. Perlu adanya dukungan pihak luar terutama pemerintah desa atau kabupaten untuk memperhatikan dan melestarikan pengembangan sarung tenun Buton khas Wabula. Perlu juga diadakan pelatihan penggunaan media sosial kepada pengrajin sarung tenun agar pemasarannya bisa menjangkau pasar nasional maupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural ...*, 77–88.
- Edy Susena^{1*}, S. P., Sukendar³, M. U., & Riyan Setiyanto⁴. (2022). Banyu Lemon Sales Management Based on Information and Technology. 7(1), 98–103.
- Harjoprawiro, L., Mirosea, N., & Basri, A. M. (2024). *Jurnal Ubsi Adimas-Ekombis-Pb. Strategi Pengembangan UMKM Industri Kerajinan Sarung Khas Buton Pasca Covid 19*, 8(covid 19), 1–8.
- Hastuti. (2022). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap Penjualan Sarung Tenun Khas Buton. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(Mei), 4037–4046.
- Junior Cardoso da Silva, D., da Silva Stertz, E., Portella, A. G., Gomes, C. F. S., Moreira, M. Â. L., & dos Santos, M. (2023). Social Media Platform for Digital Marketing: An Analysis Using CRITIC-GRA-3N Method. *Procedia Computer Science*, 221, 169–176. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.07.024>
- Kabo-Bah, J. B. W., & Bannor, R. K. (2025). E-commerce among grain traders and its impact on marketing. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 4(1), 100090. <https://doi.org/10.1016/j.stae.2024.100090>
- Kendall, K. E., & Kendall, J. E. (2011). *Systems Analysis and Design* (8th ed.). Pearson Education. https://books.google.co.id/books/about/Systems_Analysis_and_Design.html?id=DjRPlwEA CAAJ&redir_esc=y
- La Sudarman^{1*}, Abel Haryanto¹, Muhammad Tasjiddin Teheni², Ratih Nurwanti², Ramad Arya Fitra³, L. H. P. (2021). Sosialisasi Strategi Pengembangan UMKM Industri Sarung Buton Pasca Covid-19 Socialization. *Abdimas Galuh*, 3(1), 32–38.
- Lestantri, I. D., Janom, N. B., Aris, R. S., & Husni, Y. (2021). The perceptions towards the digital sharing economy among SMEs: Preliminary findings. *Procedia Computer Science*, 197(2021), 82–91. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.121>
- Mihailova, I. (2024). A learning-based explanation of the time properties of the international scaling of digital entrepreneurial ventures. *European Management Journal*, November. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2024.11.006>
- Nana Sudjana. (2019). Penilaian Proses Hasil Belajar Mengajar. *Remaja Rosda Karya*. https://koleksi.upmk.ac.id/index.php?p=show_detail&id=12169
- Pasrun, Y. P., Sarimuddin, S., & Muchtar, M. (2022). Optimasi Sistem Tunjangan Kinerja Pegawai Menggunakan Web Service Pada Bkp-Sdm Bombana. *SemanTIK*, 8(2), 105. <https://doi.org/10.55679/semantik.v8i2.28174>
- Putra, L. M. R. Z. (2022). SOSIALISASI BAGI UMKM SARUNG TENUN TRADISIONAL TERHADAP HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL DI KECAMATAN WABULA KABUPATEN BUTON. 2(1), 3789–3796.
- Roa, P. A., Ukuran, D., Pajak, P., & Perbankan, P. (2022). Jambi City Tourism Information System Design. 7(1), 98–103.
- Sarimuddin, S. (2023). Sistem Pengelolaan Bantuan Langsung Tunai Berbasis Radio Frequency Identification (RFID). *JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer Dan Sistem Informasi)*, 6(1), 15. <https://doi.org/10.56327/jtksi.v6i1.1332>
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *MANTAP:*

- Journal of Management Accounting, Tax and Production, 2(1), 109–118. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>
- Sommerville, I. (2016). TENTH edition Tenth Edition. [https://dn790001.ca.archive.org/0/items/bme-vik-konyvek/Software_Engineering - Ian Sommerville.pdf](https://dn790001.ca.archive.org/0/items/bme-vik-konyvek/Software_Engineering_-_Ian_Sommerville.pdf)
- Sudarman, L., Hariyanto, A., Teheni, M. T., Nurwanti, R., Fitra, R. A., & Harjoprawiro, L. (2024). Sosialisasi Strategi Pengembangan UMKM Industri Sarung Buton Pasca Covid-19. *Abdimas Galuh*, 6(2), 997–1007. <https://doi.org/10.25157/ag.v6i2.13956>
- Wijaya, L. I., Zunairoh, Z., Izharuddin, M., & Rianawati, A. (2025). Journal of Open Innovation : Technology , Market , and Complexity Scope of E-Commerce use , innovation capability , and performance : Food sector MSMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(1), 100459. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100459>