

PERANCANGAN E-BUSINESS PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH ECOPRINT RAMBAN AYU

Sudharmawan Ogi P¹, Indira Dhekawanti A², Putri Anggun Z³, Putri Taqwa P⁴

¹²³⁴Teknologi Informasi/Sistem Informasi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta

¹Sudharmawan123@gmail.com, ²Indiradhekawanti@gmail.com,

³Putrianggunzubaidah@gmail.com, ³putri@mercubuana-yogya.ac.id

Abstrak

Perancangan e-bisnis pada usaha mikro kecil menengah produk Ecoprint Ramban Ayu ini didasarkan pada kurang memadainya sistem distribusi pemasaran produk ecoprint yang berlokasi di Jl. MT. Haryono no. 100 Pandean, Temanggung, Jawa Tengah dimana belum tersedianya Aplikasi yang terstandarisasi dan ramah pengguna. Sehingga penelitian ini berisi rancangan Aplikasi yang telah disesuaikan dengan bisnis Ecoprint Ramban Ayu dan standar pemasaran digital suatu bisnis khususnya dibidang fashion dengan memberikan berbagai tampilan fitur yang memudahkan calon customer untuk menemukan produk dan melakukan proses transaksi. Selain itu, penelitian ini juga menyajikan rancangan SWOT dan analisis PEST yang harus dimiliki oleh setiap bisnis yang ingin berkembang. Kesimpulan dari penelitian ini adalah menghasilkan tampilan aplikasi, menggali kekuatan, kelemahan, potensi bisnis, ancaman, strategi bisnis jangka panjang, dan aspek-aspek yang mampu mendorong perkembangan bisnis tersebut dengan cepat yaitu dengan memanfaatkan berbagai kebijakan berbisnis dari pemerintah, ekonomi, sosial hingga teknologi.

Kata Kunci: *Desain Aplikasi, Strategi Bisnis, Teknologi, SWOT, PEST.*

Abstract

The design of e-business for micro, small and medium enterprises on Ecoprint Ramban Ayu products is based on the inadequate marketing distribution system for ecoprint products located on Jl. MT. Haryono no. 100 Pandean, Temanggung, Jawa Tengah which does not yet have a standardized and user-friendly application. So that this research contains a application design that has been adapted to the Ramban Ayu Ecoprint business and business industry digitalization standards, especially in the fashion sector, providing various display features that make it easier for prospective customers to find products and process transactions. In addition, this research also presents a SWOT design and PEST analysis that every business wants to develop must have. The conclusion of this study is to produce a application design display, explore strengths, weaknesses, business potential, threats, long-term business strategies, and aspects that can drive business development quickly, namely by utilizing various business policies from government, economic, social to technology.

Keywords: *Application Design, Business Strategy, Technology, SWOT, PEST.*

1. Pendahuluan

Saat ini Indonesia menyadari bahwa kekayaan intelektual meliputi ekonomi kreatif yang berfokus pada proses penciptaan barang dan jasa dengan mengedepankan kreativitas, bakat, dan keahlian. Gagasan itu sejalan dengan program pemerintah dalam forum G20 Summit dengan visi "recover together recover stronger" yang merupakan forum dimana membahas tentang perekonomian di dunia yang saat ini menjadi masalah paling mendesak dalam ekonomi global di masa peralihan dari pandemi covid-19 (Primasasti, 2022).

Ekonomi kreatif termasuk di antaranya yaitu pada bidang fashion atau pakaian. Saat ini pakaian tidak hanya sebatas kebutuhan primer, tetapi telah menjadi kebutuhan mode/gaya/tren bagi semua orang, mulai dari

anak-anak, remaja, dewasa, hingga lanjut usia. Untuk mencapai ekonomi kreatif pemerintah dan masyarakat bekerja sama untuk mengembangkan produk-produk berkualitas dengan tidak meninggalkan nilai-nilai tradisi, budaya, dan kekayaan Indonesia.

Ecoprint Ramban Ayu adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang tekstil berbentuk UMKM yang berpusat di kota Temanggung, Jawa Tengah dengan cabang-cabang di beberapa kota besar di Indonesia. Berbeda dengan bisnis tekstil pada umumnya yang menggunakan bahan baku anorganik, bisnis ini dijalankan dengan mengutamakan teknik produksi yang unik dan ramah lingkungan karena memanfaatkan bahan baku alami dari alam. Dengan menerapkan teknik ecoprint atau cetak dapat memberikan hasil yang jauh

berbeda dari produk-produk lainnya. Meskipun berbahan dasar alami, namun semua produk memiliki hasil yang berkualitas. Ciri khas dari pakaian hasil produksi ecoprint ramban ayu terletak pada motifnya yang eksklusif karena tidak monoton dan selalu berbeda di setiap helai kainnya (Sedjati & Sari, 2019). Oleh sebab itu, melalui pengenalan dan pemasaran yang tepat, seharusnya produk-produk dari Ramban Ayu mempunyai peluang yang cukup besara untuk mampu bersaing dengan produk fashion lainnya. Umumnya teknik pemasaran selalu berhubungan dengan pemanfaatan teknologi digital yang terus mengalami kemajuan (Latifah, 2019).

Teknologi dalam bisnis memegang peran penting dalam media penyampaian informasi dari maupun kepada pelanggan dengan cepat dan akurat untuk mengetahui kebutuhan pelanggan dan menyusun strategi bisnis jangka panjang guna mencapai tujuan utama sebuah bisnis yaitu memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Perkembangan teknologi telah membuat berbagai macam platform media komunikasi dari e-bussines, e-government, dan masih banyak lagi yang dapat mempermudah pekerjaan manusia dalam mengelola data bisnis baik itu data tenaga kerja maupun data calon pelanggan secara efektif dan efisien (Latifah, 2019). Meskipun demikian, ternyata pemanfaatan teknologi justru menjadi salah satu kekurangan dari bisnis Ecoprint Ramban Ayu ini, padahal dampak yang dapat diberikan dari kemajuan teknologi sangat besar dan sudah dibuktikan oleh berbagai jenis bisnis di berbagai bidang dan tingkatan mulai dari bisnis menengah hingga keatas. Sistem pemasaran yang semula tradisional sekarang beralih menjadi ke digital. Dengan menggunakan sistem penjualan online atau disebut dengan e-commerce, proses penjualan dan promosi dapat dilakukan dengan lebih efisien karena semua orang dapat mengakses informasi mengenai kerajinan dengan mudah melalui gadget mereka masing-masing, informasi mengenai kerajinan yang diberikan pun dapat dipastikan sangat informatif dan akurat karena proses pencatatan histori mengenai stok kerajinan dan histori pembelian pun dicatat dengan baik (Lamawuran et al., 2021). Selain itu dengan teknologi, maka kegiatan transaksi bisnis yang mencakup proses transfer finansial, pembelian dan penjualan barang, promosi, pertukaran data elektronik / EDI, pengiriman informasi tentang perjanjian kerja sama bisnis, dan sebagainya (Sujarwo & Soebroto, 2018). Dimana semua itu menggunakan internet dan berbagai saluran teknologi informasi lainnya. Dengan kemudahan dan keuntungan sistem e-

bisnis, maka secara rasional mampu meningkatkan layanan penyedia informasi khususnya pada bidang penjualan, sehingga dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan bisnis karena karyawan dapat mengerjakan pekerjaan produktif lainnya, meningkatkan profesionalisme sistem, dan sebagainya (Santosa & Ismaya, 2021).

Melalui pendekatan kualitatif, maka peneliti menemukan fakta bahwa hal yang dibutuhkan oleh bisnis Ecoprint Ramban Ayu adalah peningkatan keahlian tenaga kerja atau sumber daya manusia yang terlibat mulai proses produksi hingga distribusi dan pemasaran. Oleh sebab itu, penelitian ini memuat resolusi yang sangat mungkin untuk diimplementasikan pada bisnis Ecoprint Ramban Ayu ini. Dengan melakukan analisa SWOT dan PEST peneliti dapat merumuskan strategi bisnis yang paling sesuai untuk bisnis ini. Peneliti juga berhasil menciptakan desain aplikasi berbasis mobile yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan pelanggan dan pelaku bisnis serta hal-hal yang harus dihindari.

2. Metode Penelitian

Dalam pengumpulan data untuk melengkapi penulisan digunakan beberapa metode. Metode yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

2.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, menggunakan data sekunder yang diperoleh dari hasil-hasil penelitian yang relevan, hasil publikasi, dan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui sosial media Ecoprint Ramban Ayu serta dari dokumen dan jurnal yang erat hubungannya dengan pokok pembahasan. Sumber data skunder diharapkan dapat digunakan untuk mengungkapkan data guna memberi keterangan sebagai pelengkap dan bahan perbandingan.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, yaitu pengumpulan data dengan cara menggali kumpulan data-data verbal dari bisnis Ecoprint Ramban Ayu baik yang berbentuk tulisan, gambar, atau data lainnya.

2.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis lingkungan internal dan eksternal yang digunakan peneliti ada dua yaitu sebagai berikut:

2.3.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk melakukan identifikasi situasi, menentukan apakah suatu kondisi bisnis dikategorikan sebagai kekuatan atau *strength*, kelemahan atau *weakness*, peluang *opportunity*, dan ancaman atau *threat* yang mungkin terjadi di masa mendatang (Istiqomah & Andriyanto, 2018). Selain itu, Analisis SWOT juga merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang harus ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu bisnis membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan bisnis.

Pada analisis SWOT terdapat dua tahapan utama yaitu tahap identifikasi dan tahap perancangan strategi bisnis. Tahap identifikasi yaitu kegiatan mengkaji bisnis secara menyeluruh dan objektif untuk menentukan *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat* dari bisnis Ecoprint Ramban Ayu. Tahap selanjutnya yaitu merancang strategi bisnis yang dilakukan melalui proses analisis untuk menemukan masalah, hambatan, kekurangan, hingga target yang ingin dicapai dalam berbagai aspek lalu menciptakan resolusi-resolusi terbaru yang paling sesuai dengan permasalahan yang tengah dihadapi maupun yang akan datang.

2.3.2 Analisis PEST

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa faktor pendukung kesuksesan suatu bisnis juga meliputi berbagai faktor eksternal yang ditinjau dari kebijakan pemerintah, ekonomi, sosial, dan teknologi. PEST Analysis adalah analisis terhadap faktor lingkungan eksternal yang meliputi bidang politik, ekonomi, sosial, dan teknologi (Ward dan Peppard, 2002: 70). Pada umumnya analisis PEST sering digunakan bersama dengan jenis analisis lainnya seperti Five Forces Porter, dan Value Chain untuk menghasilkan gambaran faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi organisasi serta analisis SWOT yang juga digunakan pada penelitian kali ini.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian ini berupa analisis strategi dan resolusi bisnis, beberapa pendekatan dan rancangan desain sistem pemasaran digital berbasis mobile. Berikut adalah hasil dari penerapan kedua analisis SWOT dan PEST pada bisnis Ecoprint Ramban Ayu:

3.1. Analisis SWOT

Tabel 1 Analisis SWOT 1

Faktor Internal	Strength (Kekuatan)					
	Produk eco-friendly atau ramah	Bahan baku berasal dari alam	Memiliki nilai seni tinggi yang	Tenaga kerja dari masyarakat	Ketersediaan bahan baku	Produk unik dan cocok untuk
Faktor Eksternal	1	2	3	4	5	6
Opportunity (Peluang)	Strategi S-O					
1	1) Memanfaatkan bahan baku yang berlimpah dari alam untuk meningkatkan beragam variasi produk-produk ecoprint (S2-O4; S5-O4)					
2	2) Memanfaatkan nilai seni yang tinggi dan berkualitas untuk memperluas jaringan pemasaran baik dalam negeri maupun luar negeri (S3-O1)					
3	3) Memanfaatkan ciri khas yang unik dan ramah pengguna untuk meningkatkan peluang ekspor ke pasar internasional (S6-O1)					
4	4) Memanfaatkan produk yang ramah lingkungan untuk meningkatkan perolehan dukungan pemerintah dan masyarakat (S1-O4)					

Tabel 2 Analisis SWOT 1

Faktor Internal	WEAKNESS (KELEMAHAN)				
	Variasi warna terbatas	Seluruh proses produksi masih	Pewarna alami hanya bisa	Memerlukan perawatan khusus	nilai jual atau harga yang cukup
Faktor Eksternal	1	2	3	4	5
TREATH (ANCAMAN)	Strategi W-T				

1	Persaingan pasar yang tinggi dengan produk tekstil lainnya	1) Meningkatkan proses produksi yang manual dan lama dengan memanfaatkan teknologi guna mengatasi permintaan pelanggan yang menumpuk dan menjaga loyalitas pelanggan (W2-T4; W1-T4)
2	Tingkat pendidikan tenaga kerja masih rendah	2) Meningkatkan nilai jual yang tinggi dengan memanfaatkan kebijakan pemerintah terhadap produk-produk UMKM guna mengatasi persaingan harga pasar industri fashion yang besar (W5-T1)
3	Jumlah pesanan semakin meningkat sedangkan seluruh proses masih dilakukan secara manual sehingga proses produksi memerlukan waktu yang lama.	
4	Menurunnya daya beli pelanggan karena produksi yang lama	

Tabel 3 Analisis SWOT 1

Faktor Internal		Weakness (Kelemahan)				
		Variasi warna terbatas lingkungan	Seluruh proses produksi masih	Pewarna alami hanya bisa	Memerlukan perawatan khusus	nilai jual atau harga yang cukup
Faktor Eksternal		1	2	3	4	5
Opportunity (Peluang)		Strategi W-O				
1	Terbukanya pasar ekspor sehingga peluang menembus pasar internasional	1) Meningkatkan proses produksi dengan memanfaatkan berbagai perkembangan teknologi industri tekstil dan fashion (W2-O3)				
2	Teknik ecoprint dapat diterapkan pada berbagai produk seperti kertas, keramik, tas, hijab, dompet, sepatu, dan bambu	2) Meningkatkan variasi warna yang terbatas dengan memanfaatkan berbagai jenis produk yang dapat diproduksi (W1-O2)				
	Teknologi dalam industri tekstil dan	3) Meningkatkan keterbatasan variasi warna dengan memanfaatkan teknologi dalam industri tekstil tanpa mengurangi				

3	fashion terus berkembang	ciri khas dari ecoprint itu sendiri (W1-O3)
4	Dukungan pemerintah terhadap bisnis UMKM semakin besar	4) Meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses produksi semaksimal mungkin dengan memanfaatkan dukungan dan kebijakan pemerintah terkait bisnis UMKM (W2-O4)

Tabel 4 Analisis SWOT 1

Faktor Internal		Strength (Kekuatan)					
		Produk eco-friendly atau ramah	Bahan baku berasal dari alam	Memiliki nilai seni tinggi yang	Tenaga kerja dari masyarakat	Ketersediaan bahan baku	Produk unik dan cocok untuk
Faktor Eksternal		1	2	3	4	5	6
Threat (Ancaman)		Strategi S-T					
1	Persaingan pasar yang tinggi dengan produk tekstil lainnya	1) memanfaatkan nilai seni yang tinggi dan hasil yang berkualitas untuk mengatasi persaingan pasar dengan produk lain di bidang yang sama (S3-T1)					
2	Tingkat pendidikan tenaga kerja masih rendah	2) Memanfaatkan tenaga kerja dari masyarakat setempat yang mudah dijangkau untuk mengatasi kemungkinan menumpuknya pesanan dan menurunnya loyalitas pelanggan akibat lamanya proses produksi (S4-T4;S4-T3)					
3	Jumlah pesanan semakin meningkat sedangkan seluruh proses masih dilakukan secara manual sehingga proses produksi memerlukan waktu yang lama.						
4	Menurunnya daya beli pelanggan karena produksi yang lama						

Berdasarkan analisis tersebut pihak-pihak manajemen bisnis dapat memperoleh gambaran strategi bisnis yang harus diambil, dipertahankan, ditingkatkan atau bahkan ditinggalkan. Strategi tersebut diperoleh dengan menganalisa keterkaitan dua faktor utama keberhasilan proses bisnis yakni meliputi faktor internal dan eksternal yang sangat besar pengaruhnya bagi bisnis itu sendiri. Faktor internal bisnis yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki bisnis, sedangkan faktor eksternal terdiri atas peluang dan ancaman yang diterima dari industri bisnis.

3.2. Analisis PEST

Analisis PEST merupakan proses analisis terhadap lingkungan eksternal pendukung bisnis atau perusahaan. Objek penelitian dalam analisis ini ada empat yaitu politik, ekonomi, sosial, dan teknologi. Analisis ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menggambarkan informasi eksternal untuk meningkatkan potensi bisnis untuk mencapai taraf ekonomi kreatif sehingga dari analisis ini pihak manajemen bisnis dapat mengetahui seberapa besar dukungan dan kontribusi pemerintah serta masyarakat, seberapa besar peluang bisnis tersebut untuk masuk pasar internasional hingga seberapa besar daya beli masyarakat yang dapat dikeluarkan untuk mencapai keseimbangan pasar nasional (Heriyanto, 2016).

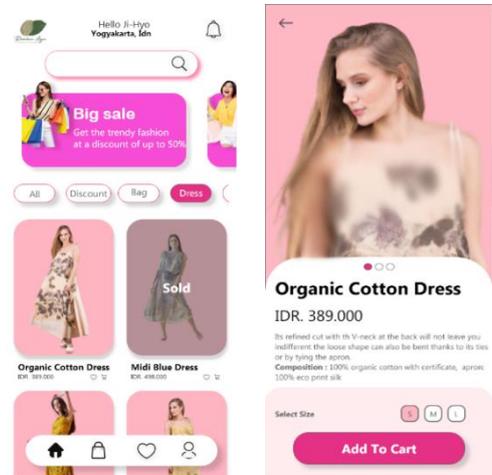
Berikut ini adalah hasil analisis PEST pada bisnis Ecoprint Ramban Ayu:

Political	Ekonomi
1. Undang-undang No.24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif yang menciptakan lapangan pekerjaan baru.	1. UMKM memegang peranan penting terhadap PDB dengan kontribusinya yang dapat mencapai 61% dan juga mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 97%
2. PPh Pasal 4 ayat (2), yang praktiknya diatur lebih lanjut melalui Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 (PP 23/2018). Bagi UMKM omzet dibawah Rp 500 juta tidak dikenakan pajak termasuk Ramban Ayu.	2. Kenaikan suku bunga menjadi 4,25%. Dampak negatif dari kenaikan suku bunga tersebut yaitu menurunnya daya beli masyarakat
	3. Fluktuasi Harga, lebih baik

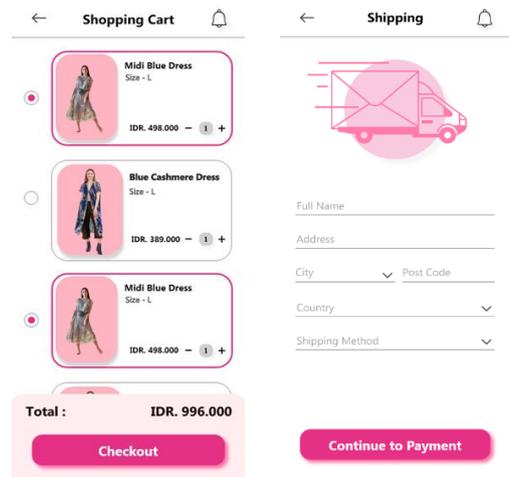
3. Undang-undang tentang hak cipta pada Pasal 9 ayat (3) UU No 28 Tahun 2014 yang berisi "Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan"	melakukan efisiensi atau penghematan produk daripada menaikan harga produk
4. Upah pegawai UMKM ditetapkan sekurang-kurangnya sebesar 50% dari rata-rata tingkat konsumsi di suatu wilayah dan 25% diatas rata-rata garis kemiskinan.	4. Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatannya berasal dari alam atau lingkungan berupa dedaunan, bunga, batang, dan ranting
5. Pasal 1 ayat (1) Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen	5. Daya jual pada batik ecoprint ramban ayu ini memiliki harga yang cukup tinggi
6. Dukungan pemerintah pada UMKM di Indonesia semakin besar.	
Sosial-Budaya	Teknologi
1. Gaya hidup dan Industri ekonomi kreatif indonesia seperti industri fashion telah berkembang pesat	1. Pembuatan Ecoprint Ramban Ayu masih menggunakan teknik manual dalam produksinya
2. Memanfaatkan kebiasaan membeli pada wanita, bisnis ini lebih condong memproduksi produk untuk wanita.	2. Mulai adanya pemasaran atau promosi melalui Instagram dan sosial media lainnya
	3. Akses ke teknologi terbaru

<p>3. Tingkat kepedulian masyarakat terhadap lingkungan seperti sikap terhadap produk hijau atau ekologis makin besar</p>	<p>yaitu berupa perancangan mobile application untuk mempermudah pelanggan dalam membeli batik ecoprint ramban ayu</p>
<p>4. Tingkat Pendidikan tenaga kerja di ecoprint ramban ayu masih rendah</p>	
<p>5. Menurunnya daya beli pelanggan dikarenakan proses produksi yang lama</p>	
<p>6. Adanya persaingan pasar yang tinggi dengan produk tekstil lainnya</p>	
<p>7. Terbukanya pasar ekspor sehingga dapat menembus pasar internasional</p>	
<p>8. Teknik ecoprint dapat diterapkan diberbagai produk, salah satunya sepatu</p>	

Berikut ini adalah hasil perancangan desain yang telah dilakukan oleh peneliti berdasarkan standar interface aplikasi yang responsif dan interaktif:



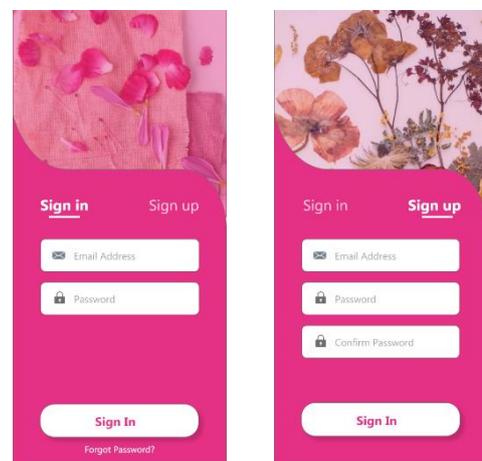
Gambar 1 Homepage dan Detail Produk



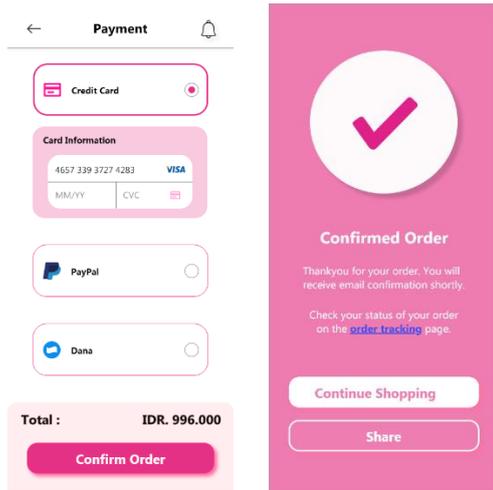
Gambar 2 Shopping Cart dan Shipping

3.3. Desain Interface Aplikasi Berbasis Mobile

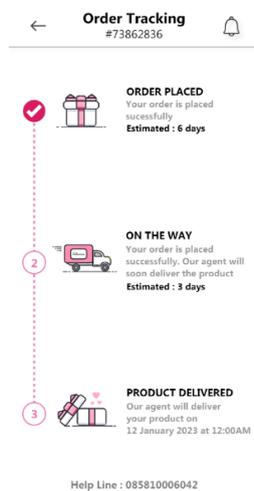
Sebelum melakukan tahap rancang bangun sistem e-bisnis pemasaran online pada Ecoprint Ramban Ayu yang berbasis mobile, perlu dilakukan sebuah perancangan desain terlebih dahulu untuk menciptakan tampilan aplikasi yang responsif dan sesuai dengan kebutuhan bisnis dan kebutuhan calon pelanggan. Pada desain kali ini, akan terdiri atas beberapa halaman penting yaitu *loading page*, *sign in* dan *sign up page*, *forgot password*, *verification*, *new password*, *homepage*, *profile*, *notification*, *product*, *detail*, *wishlist*, *shopping cart*, *shipping*, *payment method*, *confirm payment method*, dan *order tracking page*.



Gambar 3 Sign In dan Sign Up



Gambar 4 Payment dan Confirmed Order



Gambar 5 Order Tracking

4. Kesimpulan

Melalui jurnal Perancangan E-Business pada Usaha Mikro Kecil Menengah Ecoprint Ramban Ayu ini diharapkan bisa menjadi objek kegiatan pelestarian lingkungan dan kebudayaan untuk mencapai tujuan ekonomi kreatif yang memiliki daya tarik dan daya jual tinggi. Dengan memaksimalkan berbagai kemudahan akses terhadap teknologi dan informasi, penerapan sistem e-business ecoprint ini mempunyai kesempatan untuk bisa terus berekspansi dalam mencapai keuntungan sebesar-besarnya. Hal tersebut tidak lain karena adanya keunikan dan kualitas dari produk-produk yang dihasilkan dari ecoprint ramban ayu ini, sehingga sangat eksklusif karena produk yang dibuat tidak akan sama dengan

produk yang dibuat sebelumnya. Untuk menerapkan seluruh strategi dan mengimplmtersebut di atas, maka diperlukan peningkatan kualitas sumber manusia. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan pelatihan, seleksi tenaga kerja atau melibatkan stakeholder yang berpengalaman. Dengan begitu, diharapkan segala kemudahan teknologi dapat dimaksimalkan pemanfaatannya pada bisnis Ecoprint Ramban Ayu. Setelah penerapan e-bisnis ini, diharapkan dapat menciptakan efektivitas dan efisiensi bisnis di masa mendatang.

5. Daftar Pustaka

Jurnal :

- Ardikayana, I. G., Mailangkay, A., & Pendahuluan, I. (2020). SNAP _ 2021 _ FULL PAPER _ 43 Perancangan Aplikasi Pendidikan Lingkungan Dan Budaya Jakarta Menggunakan UI dan UX Untuk Anak Usia 5-13 Tahun. *File:///C:/Users/LENOVO/Downloads/171-290-1-PB.Pdf*, 190–199.
- Heriyanto. (2016). Pest Analysis Sebagai Strategi Peningkatan Pelayanan Perguruan Tinggi Keagamaan Buddha. *Dictionary of Marketing Communications, November 2016*, 1–18. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16155.77608>
- Irmayanti, Suryani, H., & Megavitry, R. (2020). Pemanfaatan Bahan Alami Untuk Pembuatan Ecoprint Pada Peserta Kursus Menjahit Yayasan Pendidikan Adhiputeri Kota Makassar. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 43–50.
- Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3019>
- Latifah, E. (2019). Perkembangan Ekonomi Digital di. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 21–27.
- Muhyidin, M. A., Sulhan, M. A., & Sevtiana, A. (2020). Perancangan Ui/Ux Aplikasi My Cic Layanan Informasi Akademik Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Figma. *Jurnal Digit*, 10(2), 208. <https://doi.org/10.51920/jd.v10i2.171>

- Nursafitri, P. P. D. (2021). *LKP: Pengoptimalan Social Media sebagai Media Pemasaran pada UMKM Anggrek Payet (Sohiba Fashion)*. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/5683/%0Ahttps://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/5683/1/17430100010-2021-UNIVERSITAS DINAMIKA.pdf>
- Penelitian, H., Pengabdian, D., Masyarakat, K., Fahmi, I., Fachruddin, R., & Silvia, V. (2019). Analisis E-Business pada Keputusan Kewirausahaan Bisnis Digital (Sebuah Kajian Literatur Studi). *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 71–75. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3583>
- Primasasti, A. (2022). *Visi dan Misi Pertemuan G20*. <https://surakarta.go.id/?p=23488>
- Rosa, M., Pada, S. P., & Katun, K. (2020). *Eco Print Limbah Mawar*.
- Santosa, S., & Ismaya, H. (2021). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Cms Wordpress Pada Toko Importir Laptop Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 1–8.
- Sedjati, D. P., & Sari, V. T. (2019). Mix Teknik Ecoprint Dan Teknik Batik Berbahan Warna Tumbuhan Dalam Penciptaan Karya Seni Tekstil. *Corak*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.24821/corak.v8i1.2686>
- Sinangjoyo, J., Murdiana, H. E., Adi, Y., Nandini, M. S., & Hanifa, N. I. (2022). *Pemberdayaan Ibu-ibu Dasa Wisma Sukun dalam Pembuatan Batik dengan Teknik Ecoprint Empowering Housewife Communities in Dasa Wisma Sukun through Batik Making with Ecoprint Techniques*. 6(2), 446–453.
- Sri, V., Rumiya, P., Prasto, A., Putranto, E., Nazar, Y., Konstruksi, I., Mori, K., & Pembuatan, B. (2022). *Identifikasi Konstruksi dan Kualitas Kain Mori Sebagai Bahan Baku Pembuatan Batik*. 5(1), 36–45.
- Sujarwo, M., & Soebroto, S. (2018). Membangun strategi memenangkan pasar persaingan pada toko pakaian di kota Tegal. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 42. <https://doi.org/10.23917/benefit.v3i1.5455>
- Ummah, L. D. (2018). Rancang Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management. *Nuansa Informatika*, 12(2), 10–17. <https://doi.org/10.25134/nuansa.v12i2.1350>