



STRATEGI PEMASARAN KERAJINAN TAPIS BERBASIS ANDROID SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEMBERDAYAAN IBU-IBU RUMAH TANGGA DAN REMAJA DESA BATURAJA WAYLIMA

Kasmi¹, Mustika Dewi², Wahyu Suistianing Budi³

^{1,3}Prodi Manajemen Informatika, Institut Bakti Nusantara, Lampung

²Prodi Sistem Informasi, Institut Bakti Nusantara, Lampung

^{1,2,3}Jl. Wisma Rini, No.09 Prigsewu, Lampung

E-mail : kasmise@gmail.com, trii.mustika3114@gmail.com, sulieztya@gmail.com

Abstrak

Tapis adalah salah satu produk tradisional Lampung dengan pola motif khusus dari benang emas dan perak, proses pembuatan kain tapis terbilang rumit dan harus dikerjakan secara manual sehingga memakan waktu berminggu-minggu. Hal ini yang membuat kain tapis memiliki harga yang relatif mahal. Di Desa Baturaja Waylima masih terbatas dan kurangnya pemahaman tentang pemasaran secara online. Strategi yang akan dilakukan dalam meningkatkan produksi dan cara memasarkan produksi di era digital yaitu dengan cara beberapa tahapan kegiatan yaitu meliputi persiapan, survei pasar, proses produksi. Dalam melakukan promosi akan dilakukan beberapa strategi promosi yaitu dengan media Instagram, Brosur, dan media online lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang strategi pemasaran kerajinan tapis berbasis android sebagai upaya peningkatan pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga dan remaja Desa Baturaja Waylima.

Kata Kunci: Berbasis Android , Tapis Lampung

Abstract

Tapis is one of Lampung's traditional products with a special pattern of gold and silver threads, the process of making tapis cloth is quite complicated and must be done manually so it takes weeks. This is what makes filter cloth a relatively expensive price. In Baturaja Village, Waylima is still limited and there is a lack of understanding about online marketing. The strategy that will be carried out in increasing production and how to market production in the digital era is by means of several stages of activities, which include preparation, market survey, production process. In carrying out the promotion, several promotional strategies will be carried out, namely Instagram, brochures, and other online media. This study aims to describe the marketing strategy of android-based filter craft as an effort to increase the empowerment of housewives and teenagers in Baturaja Waylima Village.

Keywords: *Android Based, Tapis Lampung*

I. PENDAHULUAN

Desa Batu Raja merupakan desa induk di kecamatan Way Lima. Desa Batu Raja terdiri dari 7 (tujuh) dusun dan 14 (empat belas) RT. Di Desa Batu Raja Kecamatan Way Lima terdapat

beberapa potensi usaha seperti BUMDes dan UMKM. Di Desa Batu Raja Kecamatan Way Lima terdapat beberapa potensi daerah yang menjanjikan, seperti potensi pertanian yang menghasilkan beras berkualitas menengah. Hasil pertanian tersebut dijual disekitar pasar maupun warung yang ada di desa Batu Raja. Selain itu mayoritas warga di desa Batu Raja memiliki lahan untuk menanam berbagai sayuran baik dirumah ataupun di ladang sehingga dapat dikatakan warga desa tersebut tidak konsumtif. Tidak hanya itu, di Desa Batu Raja juga terdapat hasil kerajinan tangan yaitu kerajinan tapis lampung seperti kebung tikhai, tudung saji, peci dan satu set baju adat khas Lampung yang dibalut dengan benang emas. Tapis merupakan adat khas Lampung yang dapat dipakai di segala usia.(Tria Anggraini Astika, 2019)

Tapis merupakan simbol dari kebudayaan masyarakat Lampung, tidak hanya sebagai pakaian semata. Setiap motif yang dimunculkan dari Kain Tapis melambangkan makna yang tersirat mengenai nilai-nilai yang berkaitan dengan falsafah hidup hingga perekonomian masyarakat Lampung. Seni membuat kain Tapis memerlukan tangan-tangan terampil dibidangnya, karena kain ini mempunyai nilai seni yang tinggi. Kerajian ini dibuat wanita baik ibu rumah tangga maupun gadis-gadis. Kain tapis ini masih dibuat secara home industri, belum memiliki wadah untuk lebih meningkatkan promosi, informasi dan pemasaran produk yang baik, sehingga terjadi kelesuan pemasaran yang merugikan para pengelola Home industri. Pemasaran kain Tapis Lampung harus memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan dengan desain produk yang unik, langka, dan mengikuti perkembangan zaman dan banyak disukai oleh semua kalangan masyarakat dengan harga yang terjangkau.(Isbandiyah & Supriyanto, 2019)(Maiti & Bidinger, 2000)(Yasmin, Wicaksono, & Irawati, 2019)

Khoiriyah (2017) Strategi produk yang dilakukan oleh pemilik usaha kerajinan tenun ikat CV. Silvi MN Paradila adalah menjaga kualitas produk yaitu dengan memilih bahan-bahan yang memiliki kualitas bagus strategi promosi yang dilakukan adalah dengan penjualan perorangan (personal selling) yaitu, bertatap muka secara langsung dengan konsumen, pengiklanan yaitu, melalui kartu nama, dan media sosial seperti; Email, WhatsApp, Instagram, Facebook. Mukaromah dan Amelia (2019) Aplikasi Ninda Tapis Lampung menerapkan Algoritma String Matching Brute Force pada search box untuk mencari nama produk tapis yang diinginkan. Rozi (2017) strategi pemasaran produk Djawa Batik Solo adalah membuat produk sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen serta hasil karya ciptaan pembuat batik home industry di Solo. Strategi harga yang dilakukan adalah relatif lebih murah dari harga batik yang beredar di pasaran karena bahan yang berkualitas tinggi dan kreatifitas desain.(Khoiriyah, Widodo, & Ani, 2017)(Mukaromah & Amelia, 2019)(Rozi, 2017)

Startegi pemasaran Tapis berbasis android dengan cara melakukan pengamatan secara langsung yang berguna untuk memperoleh data-data informasi mengenai, Proses produksi kain Tapis, Jenis produk kain Tapis yang dihasilkan, Prospek kain Tapis dimasa yang akan mendatang, Permasalahan yang dialami para pengusaha terhadap ruang lingkup promosi dan pemasaran. Tujuan dan sasaran tersebut adalah upaya peningkatan promosi ini dapat di wujudkan pada suatu wadah berbasis Android yang dapat memamerkan sekaligus memperjual belikan kain tapis tersebut. Sehingga dapat membantu meningkatkan perekonomian dan mengurangi pengangguran terutama bagi kaum ibu-ibu dan remaja. Remaja sengaja dilibatkan agar kedepan nya memiliki generasi penerus.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Strategi Pemasaran

(Joko Samodra, Andreas Syah Pahlevi, 2019; Muslihudin, Wulandari, & Mei Listiarini, 2017) Strategi Pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran. (Amrullah & Utami, 2018; Muslihudin, 2013; Wulandari & Rahayu, 2014) Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Kedua ahli ini menganggap strategi ini sebagai logika pemasaran di mana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai serta mendapat keuntungan dari relasinya dengan konsumen.

Dapat disimpulkan dari pendapat para ahli bahwa strategi pemasaran adalah adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran, Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran.

Konsep strategi pemasaran didasarkan terdapat 5 (lima) yaitu segmentasi pasar, market positioning, market entry strategy, marketing Mix strategy, dan timing strategy. Kelima konsep strategi pemasaran memiliki tujuan masing-masing, namun secara umum tujuan dari strategi pemasaran adalah meningkatkan kualitas koordinasi kepada tim pemasaran. Mengukur hasil pemasaran menurut standar prestasi yang berlaku. Memberikan dasar masuk akal dalam setiap pengambilan keputusan.

2.2. Kerajinan

Pengertian kerajinan adalah barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan. Kerajinan menghasilkan karya yang memperindah nilai keindahan sebagai hiasan atau kegunaan. Kerajinan merupakan bagian dari seni rupa terapan yang produksinya melibatkan keterampilan manual dalam membuat benda-benda kebutuhan hidup. Produksi kerajinan dirancang untuk tujuan fungsional (kegunaan) sekaligus memiliki nilai keindahan. Produk kerajinan yang dibuat tentu memiliki tujuan. Selain untuk hiasan dan kegunaan praktis, ada juga tujuan lainnya. Berikut beberapa tujuan kerajinan yang dirangkum dari buku Kemendikbud: Sebagai penghias, kerajinan yang dibuat semata-mata sebagai hiasan pada benda atau sebagai pajangan, tidak memiliki makna tertentu. Sebagai benda dipakai, kerajinan yang dibuat berdasarkan tujuan untuk digunakan sebagai kebutuhan sehari-hari. Sebagai kebutuhan ritual, kerajinan yang mengandung simbol-simbol tertentu dan berfungsi sebagai benda magis berkaitan dengan kepercayaan dan spiritual. Sebagai kebutuhan simbolik, kerajinan tradisional biasanya berfungsi melambangkan hal tertentu yang berkaitan dengan spiritual. Sebagai kebutuhan konstruktif, kerajinan berfungsi sebagai pendukung sebuah bangunan. Tujuan kerajinan meski berbeda-beda tetapi tetap memiliki nilai ekonomis. Yang mana kerajinan itu sendiri bisa menambah nilai jual suatu produk.

2.3. Kerajinan Tapis

Tapis Lampung termasuk kerajian tradisional karena peralatan yang digunakan dalam membuat kain dasar dan motif-motif hiasnya masih sederhana. Menurut Sujadi (2012) bahwa Tapis merupakan kerajinan tradisional masyarakat Dalam menyelaraskan antara kehidupan

mereka, lingkungan, dan Sang Pencipta Alam Semesta. Hal senada juga diungkapkan oleh Hamy dan Sutyawan (2011), Tapis merupakan kerajinan tradisional masyarakat Lampung yang diajarkan secara turun temurun dan lahir sebagai “saranan” demi menyelaraskan kehidupan masyarakat dengan lingkungan sekitar maupun sang pencipta.[1] Macam-macam jenis Tapis Lampung yaitu Tapis Jung Sarat, Tapis Raja Medal, Tapis Balak, Tapis Anak Tuho, Tapis Raja Tunggal, Tapis Laok Andak, Tapis Silung, Tapis Laok Linau, Pucuk Rebung, Tapis cucuk Andak, Tapis Limar Sekebar, Tapis cucuk pingger, Tapis Agheng, Tapis Inuh, Tapis Dewosano, Tapis Bintang, Tapis Bintang Pirak, dan Bidak cukkil. Tidak hanya itu Tapis juga sekarang sudah dibuat tidak hanya berbentuk sarung saja melaikan sudah banyak karya kreatif yang terbuat dari kain tapis seperti tas, sepatu, peci, baju, hijab dan banyak lagi sehingga membuat para pelanggan dapat memiliki lebih banyak pilihan.

2.4. Android

Menurut Teguh Arifianto (2011:1), android merupakan perangkat bergerak pada sistem operasi untuk telepon seluler yang berbasis linux. Android menurut Nazaruddin (2012:1) merupakan sistem operasi untuk telepon seluler yang berbasis Linux. Android menyediakan platform terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri untuk digunakan oleh bermacam peranti bergerak. Android umum digunakan di smartphone dan juga tablet PC. Fungsinya sama seperti sistem operasi Symbian di Nokia, iOS di Apple dan BlackBerry OS. Dapat disimpulkan bahwa Android menurut kedua Ahli yaitu Android adalah perangkat bergerak system operasi untuk telepon seluler berbasis linux. Android menyediakan platform terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri untuk digunakan oleh bermacam peranti bergerak. Android umum digunakan di smartphone dan juga tablet PC. Fungsinya sama seperti sistem operasi Symbian di Nokia, iOS di Apple dan BlackBerry OS

2.5. Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Sumaryadi (2005:11), pemberdayaan masyarakat adalah upaya mempersiapkan masyarakat seiring dengan langkah upaya memperkuat kelembagaan masyarakat agar mereka mampu mewujudkan kemajuan, kemandirian, dan kesejahteraan dalam suasana keadilan social yang berkelanjutan. Menurut Adisasmita (2006:35), Pemberdayaan masyarakat adalah upaya pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya masyarakat pedesaan yang lebih efektif dan efesien, seperti: Aspek memasukkan atau Input (Sumber daya Manusia, dana peralatan, atau sarana, data, rencana, teknologi), Aspek Proses (pelaksanaan, monitoring, dan pengawasan), Aspek keluaran atau output (pencapaian, sasaran, efektivitas, dan efesiensi).

2.6. Desa Baturaja

Dengan ada nya Pemekaran Desa,pada tahun 1987 Desa Baturaja pisah dari Banjar Negeri. Awal mula Desa Baturaja ialah dengan ada nya batu besar yang berada di daerah sekitaran Baturaja.Kepala Desa pertama ialah Hj. Abdul Khodir (Sebatin Baturaja) yang pada saat itu sistem nya langsung tunjuk. Dan Kepala Desa ke 2 ialah Aris (Anak kandung Hj. Abdul Khodir). Yang ke 3 dan 4 adalah Ayub (Adik kandung dari Aris). Pada tahun 2006 M. Zen menjadi Kepala desa selanjutnya yang pada saat itu melawan anak nya sendiri yaitu Wilda Marleni. Dan 2013 Kepala Desa ialah Murizal yang dimana digantikan Pak Amrullah pada tahun 2018 karena Pak Murizal waktu masa jabatan nya Meninggal Dunia pada tahun 2018. Yang dimana batas sebelah utara Desa Bauraja ialah Desa Panjer Rejo dan Wates, Sebelah Selatan Gading Rejo dan Way Harong, Sebelah Barat ialah Sindang Garut & Pare Rejo, Sebelah Timur ialah Kuta Dalom dan Paguyuban.

2.7. PHP Dan MYSQL

PHP merupakan kepanjangan dari PHP: Hypertext Preprocessor. PHP adalah bahasa skrip server-side (terletak di server) bukan client. Skrip PHP hanya tereksekusi di Server, server akan memberi respon dalam HTML. PHP mendukung banyak database (MySQL, Informix, Oracle, Sybase, Solid, PostgreSQL, Generic ODBC, dll.) PHP adalah perangkat lunak open-source atau source kodennya terbuka. MySQL adalah perangkat lunak server database. MySQL mendukung penuh standar bahasa SQL yang berlaku. MySQL cukup ideal untuk aplikasi kecil maupun berskala besar. MySQL tersedia di banyak platform atau sistem operasi baik windows maupun linux.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Pengumpulan Data

Observasi

Metode observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan disertai pencatatan-pencatatan terhadap suatu peristiwa atau keadaan pada perilaku objek sasaran. Yaitu dengan cara pengamatan secara langsung dengan pemilik usaha kerajinan tapis lampung untuk mendapatkan keterangan-keterangan mengenai kegiatan produksi dan pemasaran produk tapis dan melihat secara langsung jenis-jenis produk tapis yang sedang atau telah diproduksi.

Wawancara

Metode wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan Tanya jawab atau wawancara. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha kerajinan tapis lampung untuk mendapatkan keterangan-keterangan mengenai sejarah di mulai nya usaha kerajinan tapis, jenis-jenis produk tapis yang di produksi serta system pemasaran produk tapis yang selama ini digunakan.

Studi Pustaka

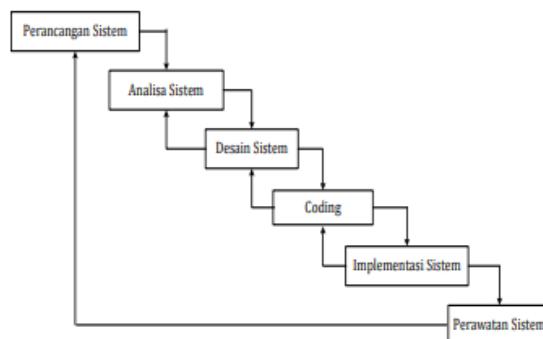
Pengumpulan data dengan cara mengumpulkan, mempelajari, dan menganalisis bahan-bahan berupa buku, jurnal ilmiah yang mendukung serta berhubungan dengan penelitian ini.

Model Perancangan

Metode perancangan system yang akan digunakan adalah metode waterfall. Metode waterfall adalah model perancangan perangkat lunak yang dilakukan secara serurutan dan sistematis.

3.2. Analisis Data

Salah satu model analisis data yang digunakan adalah metode waterfall. Metode waterfall menurut Ian Sommerville (2011:30), metode waterfall memiliki tahapan utama dari waterfall model yang mencerminkan aktifitas pengembangan dasar. Terdapat 5 tahapan pada metode waterfall yaitu :



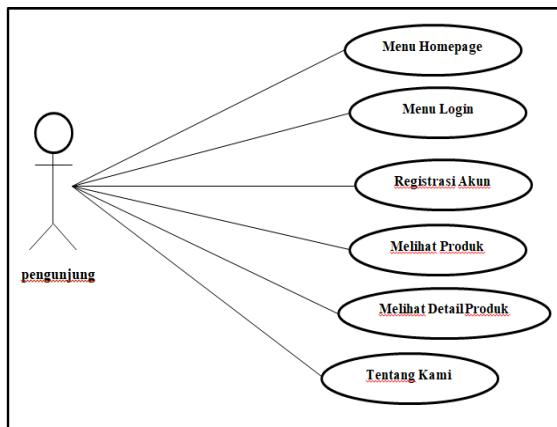
Gambar 1. Waterfall Model

IV. PEMBAHASAN

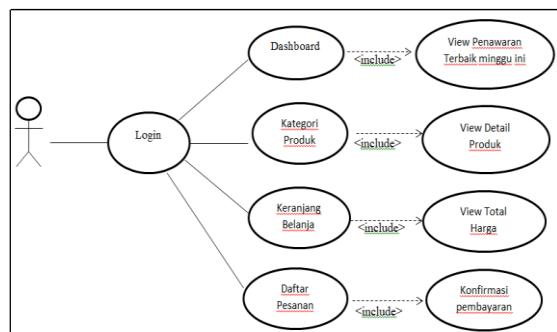
4.1. Perancangan

Tahapan design bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pemakaian sistem mengenai gambaran yang jelas tentang rancangan sistem yang akan dibuat serta di implementasikan menggunakan Use case Diagram, Class Diagram, Entity Relationship Diagram (ERD).

Use Case Diagram



Gambar 2. Use Case Diagram Pengunjung



Gambar 3. Use Case Diagram Customer

Desain Login Pelanggan

Desain Login Pelanggan difungsikan oleh pelanggan untuk bisa mengakses dan menikmati fitur-fitur yang ada pada aplikasi yang digunakan. Sebelum pelanggan masuk ke aplikasi atau sistem pelanggan harus terlebih dulu menginput username dan password apabila sudah memiliki akun, apabila belum memiliki akun diharuskan untuk mendaftarkan diri agar dapat mengakses aplikasi atau sistem yang akan digunakan sebagai validasi pengguna. Setelah validasi selesai maka user sudah dapat menikmati fitur-fitur yang ada pada sistem aplikasi e-commerce.

4.2. Implementasi

Setelah tahap desain tampilan selesai, proses selanjutnya yaitu proses penulisan program dilakukan dengan menterjemahkan desain program yang telah dibuat menggunakan kode-kode bahasa pemrograman yang telah ditentukan dan disesuaikan dengan desain yang telah dibuat. (Fauzi, 2021) pembuatan perangkat lunak untuk sebuah penjualan online menggunakan bahasa program utama yang digunakan adalah html, php, javascript, css menggunakan aplikasi sublime text sebagai editor dan xampp untuk mengaplikasikan hasil program yang telah ditulis. Implementasi interface berfungsi untuk menampilkan bagian antarmuka depan sebuah sistem agar mudah digunakan,

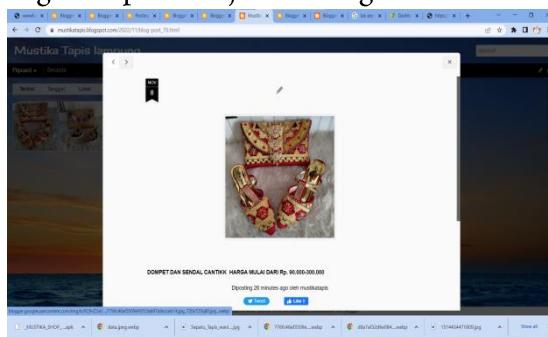
efisien, dan bisa membuat pengguna merasa senang selama berinteraksi dengan system (“USER INTERFACE,” n.d.). Perancangan pada halaman utama aplikasi, tampilan pada halaman utama menampilkan profil usaha, halaman login dan jenis-jenis produk yang dijual seperti pada gambar dibawah ini :



Gambar 4. Tampilan Halaman Utama

Implementasi Halaman Detail Barang

Perancangan pada halaman belanja ini setelah customer mencari dan melihat jenis-jenis barang pada halaman utama, jika customer mendapatkan barang yang dibutuhkan customer dapat melihat secara detail baik itu dari harga maupun dari jenis barang.



Gambar 5. Tampilan detail barang

4.3. Pembahasan

Pada bagian ini merupakan implementasi hasil uji sistem dari semua halaman-halaman sistem yang telah dibuat. Dimana penjual dapat melihat data produk, pemesanan dan pembayaran. Dari sistem tersebut diuji apakah berjalan atau tidak. Jika berjalan maka running jika tidak maka error. Black Box Testing adalah metode pengujian perangkat lunak yang berfokus pada keluaran sistem berdasarkan masukan tanpa melihat kode sumbernya. Dalam analisis ini, dilakukan pengujian terhadap fitur utama sistem Strategi Pemasaran Kerajinan Tapis Berbasis Android untuk memastikan sistem berjalan sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan.

Tabel 1. Hasil Uji Sistem Pemasaran dengan Black Box Testing

No	Fitur yang Diuji	Skenario Pengujian	Data Masukan	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian
1	Registrasi Pengguna	Pengguna baru mengisi formulir pendaftaran	Nama, Email, Password	Akun berhasil dibuat dan notifikasi sukses muncul	Berhasil

2	Login Pengguna	Pengguna memasukkan kredensial yang valid	Email, Password	Pengguna berhasil masuk ke dashboard	Berhasil
3	Login dengan Data Tidak Valid	Pengguna memasukkan email/password yang salah	Email salah, Password salah	Pesan kesalahan muncul	Berhasil
4	Menambahkan Produk	Pengguna menambahkan produk baru	Nama Produk, Harga, Deskripsi, Gambar	Produk berhasil ditambahkan ke daftar	Berhasil
5	Mengedit Produk	Pengguna mengedit informasi produk yang telah ditambahkan	Nama, Harga, Deskripsi	Informasi produk berhasil diperbarui	Berhasil
6	Menghapus Produk	Pengguna menghapus produk dari daftar	Pilih produk, Konfirmasi hapus Produk	Produk berhasil dihapus dari daftar	Berhasil
7	Melakukan Pemesanan	Pembeli melakukan pemesanan produk	yang dipilih, Jumlah, Alamat	Pesanan berhasil dibuat dan notifikasi dikirim	Berhasil
8	Melihat Daftar Pesanan	Penjual melihat daftar pesanan yang masuk	Tidak ada input	Semua pesanan ditampilkan dengan detail	Berhasil
9	Chat antara Penjual dan Pembeli	Pengguna mengirim pesan ke penjual	Teks pesan	Pesan terkirim dan muncul dalam daftar chat	Berhasil
10	Logout	Pengguna keluar dari aplikasi	Tidak ada input	Pengguna berhasil keluar dan diarahkan ke halaman login	Berhasil

V. KESIMPULAN

Tapis adalah salah satu jenis kebudayaan masyarakat Lampung. Tapis merupakan warisan leluhur nenek moyang masyarakat Lampung berupa kain sarung yang ditenun. Tapis merupakan simbol dari kebudayaan masyarakat Lampung, tidak hanya sebagai pakaian semata. Setiap motif yang dimunculkan dari Kain Tapis melambangkan makna yang tersirat mengenai nilai-nilai yang berkaitan dengan falsafah hidup hingga perekonomian masyarakat Lampung. Perancangan dan implementasi aplikasi Mustika tapis tempat penjualan tapis lampung berbasis android dapat mempermudah konsumen atau pelanggan untuk melakukan transaksi jual beli secara online yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja dengan menggunakan smartphone yang mereka miliki. Media penjualan tapis online ini menampilkan informasi tentang nama produk tapis, deskripsi produk, kategori produk, harga produk beserta diskon masing-masing produk tapis. Sehingga dapat

mempermudah konsumen atau pelanggan untuk memilih produk yang akan dipesan dan mengurangi kesalahan komunikasi penjual dan pembeli. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat membuat aplikasi ini menjadi lebih menarik dengan kombinasi warna dan desain yang cocok untuk aplikasi ini. Aplikasi penjualan tapis ini dapat dikembangkan dengan menerapkan sistem notifikasi online pada admin. Aplikasi penjualan tapis Lampung berbasis Android ini dapat dikembangkan agar dapat dijalankan di sistem operasi lainnya seperti iOS, Apple, Blackberry, dan Windows Mobile.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, A., & Utami, E. (2018). Perancangan Sistem Informasi Pada Smart UMKM dalam Mendukung Sleman Smart Regency. In *KNSI 2018* (pp. 92–98).
- Fauzi. (2021). Android Untuk Meningkatkan Integrasi Data, 9.
- Isbandiyah, I., & Supriyanto, S. (2019). Pendidikan Karakter Berbasis Budaya Lokal Tapis Lampung Sebagai Upaya Memperkuat Identitas Bangsa. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial-Humaniora*, 2(1), 29–43. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v2i1.673>
- Joko Samodra, Andreas Syah Pahlevi, Y. A. L. H. (2019). Pasar Desa Digital Berbasis Web Sebagai Media Promosi Bagi UMKM. *Jurnal Karinov*, 2(3), 177–180.
- Khoiriyah, N., Widodo, J., & Ani, H. M. (2017). Strategi Bauran Pemasaran Kerajinan Tenun Ikat Pada Cv. Silvi Mn Paradila Di Desa Parengan Kecamatan Maduran Kabupaten Lamongan.
- JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 11(1), 91. <https://doi.org/10.19184/jpe.v11i1.5007>
- Maiti, & Bidinger. (2000). Pusat Pemasaran Kain Tapis Di Bandar Lampung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 11.
- Mukaromah, H., & Amelia, K. R. (2019). Perancangan Aplikasi Penjualan Tapis Lampung Berbasis Android.
- Muslihudin, M. (2013). Sistem Informasi Penjualan Batik Basurek Berbasis Web Pada Basurek Collection Bengkulu. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 1(1), 59.
- Muslihudin, M., Wulandari, W., & Mei Listiarini. (2017). Perancangan Aplikasi Business Berbasis Business to Consumer (B2C) Pada Wisata Kuliner Khas Lampung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 15(1), 54–69.
- Rozi, A. F. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Pada Djawa Batik Solo Analysis Marketing Strategies on Djawa Batik Solo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(2), 173–186.
- Tria Anggraini Astika, T. A. A. (2019). Pesawaran, Pengembangan UMKM Kerajinan Tapis Kebung Tikhai Menggunakan E-Commerce Di Desa Batu Raja Kecamatan Way Lima Kabupaten. *PKPM*, 4(3), 8.
- USER INTERFACE. (n.d.).
- Wulandari, & Rahayu, W. S. (2014). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Toko Wiwik Collection. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 2(1), 9–14. Retrieved from <http://ojs.stmikpringsewu.ac.id/index.php/JurnalTam/article/viewFile/12/12>
- Yasmin, S. N., Wicaksono, R. D., & Irawati, A. (2019). KATS . ID (Kaos Tapis Lampung Store): Sebagai Langkah Strategis dalam Mengoptimalkan Kearifan Lokal Provinsi Lampung. *KATS.ID (Kaos Tapis Lampung Store): Sebagai Langkah Strategis Dalam Mengoptimalkan Kearifan Lokal Provinsi Lampung*, 1–8.