

Implementasi Website *Company Profile* Pada CV Lafeby untuk Meningkatkan Pemasaran Digital

Heru Wijayanto Aripadono¹, Bobby Candra²

Universitas Internasional Batam

e-mail: heru.wijayanto@uib.ac.id¹, 2032014.bobby@uib.edu²

Abstrak

Perkembangan teknologi pada saat ini memiliki peranan besar terhadap perubahan yang terjadi pada sektor bisnis. Sebelum adanya teknologi, pemilik bisnis hanya dapat mempromosikan bisnisnya melalui surat kabar ataupun poster-poster. Namun, dengan perkembangan teknologi pada saat ini para pemilik bisnis dapat mempromosikan bisnisnya melalui media berbasis teknologi. Website merupakan salah satu media yang dapat digunakan. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, pengguna internet di Indonesia pada periode 2022-2023 mencapai angka 215,63 juta pengguna. Berdasarkan angka pengguna internet di Indonesia, dengan mempromosikan suatu bisnis melalui website tentu akan lebih efektif dan dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan baru. Masalah yang dihadapi oleh CV Lafeby yaitu masih belum memiliki website yang berkaitan dengan *company profile*nya. Maka dari itu, penulis akan melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan merancang dan membangun sebuah website *company profile* untuk CV Lafeby. Penulis menggunakan metode *agile development* dalam pengembangan website. Nantinya, website ini akan dibangun melalui *hosting* dan memiliki *domain*nya tersendiri agar dapat diakses secara *online*. Diharapkan dengan adanya website *company profile* dapat digunakan sebagai identitas CV Lafeby di dunia maya, meningkatkan jangkauan pemasaran, dan memperkuat citra profesional di mata calon pelanggan ataupun mitra bisnis.

Abstract

The development of technology today has a big role in the changes that occur in the business sector. Before technology, business owners could only promote their business through newspapers or posters. But with the development of technology at this time, business owners can promote their business through technology-based media. Website is one of the media that can be used. Based on data from the Indonesian Internet Service Providers Association, internet users in Indonesia in the 2022-2023 period reached 215.63 million users. Based on the number of internet users in Indonesia, promoting a business through a website will certainly be more effective and can reach more potential new customers. The problem faced by CV Lafeby is that it still does not have a website related to its company profile. Therefore, the author will conduct Community Service (PkM) activities by designing and building a company profile website for CV Lafeby. The author uses the agile development method in website development. Later this website will be built through hosting and have its own domain so that it can be accessed online. It is hoped that the company profile website can be used as CV Lafeby's identity in cyberspace, increase marketing reach and strengthen its professional image in the eyes of potential customers or business partners.

Keywords: *Website Company Profile, Digital Marketing, Agile*

Pendahuluan

Kegiatan PkM (Pengabdian kepada Masyarakat) adalah sebuah bentuk kegiatan

yang bertujuan untuk memberikan sebuah kontribusi positif kepada lingkungan bermasyarakat. Melalui perkembangan

teknologi yang tersedia pada saat ini dan dengan kolaborasi bersama lembaga/kelompok masyarakat yang memiliki permasalahan diharapkan nantinya akan menghasilkan sebuah solusi yang positif atas permasalahan yang terjadi pada lembaga/kelompok masyarakat (Sudarsi et al., 2022). Perkembangan teknologi pada saat ini memiliki peranan besar terhadap perubahan yang terjadi pada sektor bisnis. Sebelum adanya teknologi, pemilik bisnis hanya dapat mempromosikan bisnisnya melalui surat kabar ataupun poster-poster. Namun, dengan perkembangan teknologi pada saat ini para pemilik bisnis dapat mempromosikan bisnisnya melalui media berbasis teknologi. Website merupakan salah satu media yang dapat digunakan (Lestari et al., 2023). Website adalah sebuah halaman yang dapat diakses menggunakan perangkat pintar seperti: *smartphone*, tablet, dan komputer dengan bantuan jaringan internet. Website pada umumnya berisi kumpulan informasi yang disediakan secara spesifik oleh pemilik website (Muhammad et al., 2023). Dalam perkembangannya, website sejak pertama kali ditemukan pada tahun 1991 hingga saat ini telah melewati banyak pembaharuan dari segi teknologi pendukung dan tampilannya. Pada awal kehadirannya, website hanya dapat digunakan untuk mencari dan membaca informasi. Kemudian, website berkembang menuju tahap selanjutnya (Web 2.0) yang dimana website telah dapat diakses oleh *browser mobile* dan website dapat digunakan sebagai tempat membagikan konten yang efisien. Hingga saat ini, website telah masuk dalam fase terbarunya (Web 3.0) yang dimana berfokus dalam pembaharuan dari segi tampilan, keamanan data, serta pengembangan aplikasi dapat dilakukan melalui website (Prasetiadi, 2021). Selain itu, di saat yang bersamaan alat untuk membangun website juga mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat pada saat ini telah disediakan banyak pilihan *framework* yang dapat digunakan untuk membangun website. *Wordpress* merupakan salah satu

framework yang dapat digunakan pada saat ini. *Wordpress* merupakan sebuah platform yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat dan mengembangkan konten di dalam sebuah sistem web tanpa harus menggunakan bahasa pemrograman secara langsung. *Wordpress* telah menyediakan ribuan tema dan *plugin* untuk mempermudah penggunaannya apabila ingin mengkostumisasi tampilan dari website yang ingin dibuat (Yoga Bagaskhara et al., 2023). Pada era Industri 4.0, website telah berkembang menjadi sebuah alat promosi oleh para pebisnis. Masifnya pengguna internet di Indonesia pada saat ini menjadi nilai tambah dari website. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia pada periode 2022-2023 mencapai angka 215,63 juta pengguna, tentu angka ini akan terus bertambah seiring masifnya ketergantungan masyarakat Indonesia terhadap internet (Rahardja, 2022). Berdasarkan angka pengguna internet di Indonesia, dengan mempromosikan suatu bisnis melalui website tentu akan lebih efektif dan dapat menjangkau lebih banyak calon *customer* baru, hal tersebut dapat menguntungkan pebisnis dalam mencapai target bisnisnya. Membangun sebuah website *company profile* merupakan salah satu metode yang dapat digunakan oleh pemilik usaha dalam mempromosikan usahanya. Website *company profile* merupakan jenis website yang dirancang khusus untuk memperkenalkan profil perusahaan kepada calon *customer*. Selain itu, berdasarkan desain tampilannya yang profesional dan menarik website *company profile* juga dapat disebut sebagai wajah digital dari sebuah perusahaan di dunia maya. Isi dari website *company profile* biasanya menyajikan informasi tentang sejarah dari perusahaan, visi dan misi, keunggulan perusahaan, serta produk ataupun layanan yang ditawarkan juga dijelaskan dengan sangat lengkap. Selain sebagai sumber informasi, website *company profile* juga dapat berfungsi sebagai alat untuk berinteraksi dengan

pengunjung website. Biasanya, terdapat formulir kontak yang dapat digunakan oleh pengunjung web untuk mengirim permintaan informasi lebih lanjut. Hal ini akan memudahkan komunikasi antara perusahaan dengan pengunjung website yang mungkin akan menjadi calon *customer*. Dengan tren kemajuan teknologi digital, website *company profile* menjadi penting bagi perusahaan yang ingin hadir di era digital yang berkembang pesat (Ardiansyah et al., 2023). Pada saat ini, mitra dari kegiatan PkM penulis yaitu CV Lafeby masih belum memiliki website yang berkaitan dengan *company profilenya*. Hal tersebut terjadi karena *owner* dari CV Lafeby masih belum mengerti dengan teknologi. Sejak tahun 2010 sampai sekarang, CV Lafeby hanya memanfaatkan strateginya lokasi dan menggunakan media sosial Facebook (*posting* pribadi tanpa *branding* perusahaan) dalam mempromosikan barang yang dijual oleh mereka. Oleh karena itu, penulis akan melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan merancang dan membangun sebuah implementasi website *company profile* untuk mitra kami sesuai dengan kebutuhannya. Nantinya, website *company profile* ini akan dibangun melalui *hosting* dan memiliki domainnya tersendiri agar dapat diakses secara *online*. *Framework* yang digunakan dalam implementasi website *company profile* adalah dengan menggunakan *wordpress* sebagai alat utama, tampilan menggunakan tema "*uniblok theme*", serta menggunakan fitur dari *wordpress* yaitu Elementor. Tujuan dari kegiatan PkM ini ialah untuk membantu pembuatan website yang *responsible* dengan menggunakan teknologi terkini dan dapat diakses di berbagai perangkat komputasi yang akan digunakan untuk membantu menyampaikan informasi terkait perusahaan dan produk CV Lafeby.

Masalah

CV Lafeby merupakan sebuah usaha menengah yang bergerak di bidang tekstil. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010.

CV Lafeby menawarkan produk-produk safety untuk para pekerja galangan kapal. Produk tersebut meliputi *jacket safety* dan *wearpack*. Berawal dari menjual baju bekas, pada saat ini CV Lafeby telah mampu membuat dan memasarkan produknya sendiri. CV Lafeby sendiri memiliki satu toko dan juga satu konveksi yang menjadi pabrik pembuatan baju *safety*. Perusahaan ini setiap bulannya mampu memproduksi lebih dari 1000 *pcs wearpack* dan *jacket safety*. Perusahaan ini memiliki 12 karyawan, terdiri dari pemilik, bagian staff, bagian admin, dan bagian produksi. Sejak tahun pertama berdiri hingga saat ini, CV Lafeby hanya memanfaatkan lokasinya yang strategis yaitu berada di Toko Lancang Kuning, Jl Letjend Suprpto, Sagulung Kota. Daerah tersebut terletak pada jalur persimpangan antara daerah Tanjung Uncang yang merupakan pusat dari tempat perusahaan galangan kapal dengan daerah Muka Kuning tempat pusat industri di Batu Aji. Biasanya pembeli produk CV Lafeby merupakan perseorangan ataupun perusahaan yang berdomisili di sekitaran Batu Aji. Nantinya, perwakilan dari perusahaan tersebut akan datang langsung ke toko CV Lafeby dan melakukan pemesanan secara langsung dengan pihak manajer. Selain memanfaatkan lokasi toko yang strategis, CV Lafeby juga menggunakan media sosial Facebook untuk *mem-posting* atau mempromosikan produk-produk dari CV Lafeby, namun postingan ini bersifat pribadi (menggunakan akun pribadi) dan tidak ada *branding* dari CV Lafeby secara langsung. Seiring dengan berjalannya waktu, pada saat ini CV Lafeby menghadapi masalah untuk mengembangkan bisnisnya. Hal ini disebabkan oleh CV Lafeby tidak melek terhadap tren perkembangan teknologi. Kemudian, adanya risiko dari penggunaan sosial media Facebook sebagai satu-satunya media promosi, karena Facebook memiliki batasan dalam jangkauan *posting-an* yang bergantung dengan algoritma dan perubahan kebijakan dari platform itu

sendiri (Pengabdian Masyarakat Gemilang et al., n.d.). Perubahan dalam algoritma Facebook dapat mempengaruhi jangkauan *posting-an*, sehingga konten yang telah disiapkan mungkin tidak sampai ke calon *costumer* seperti yang diharapkan. Oleh karena itu, penting bagi CV Lafeby untuk mempertimbangkan untuk memiliki sebuah website *company profile* yang profesional dan informatif. Nantinya, dengan memiliki website, CV Lafeby dapat memperluas jangkauan pemasaran (tidak hanya berfokus pada kota Batam) dan memperkuat citra profesional di mata calon *costumer* ataupun mitra bisnis. Selain itu, dengan mengoptimalkan penggunaan website *company profile* dan media sosial secara bersamaan akan mempertegas kehadiran CV Lafeby dalam persaingan di era digital yang terus berkembang.

Metode

Adapun metode yang akan menjadi landasan untuk penyelesaian masalah dalam pelaksanaan PkM sebagai berikut :

1. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada kegiatan ini adalah dengan menggunakan metode wawancara yaitu mengumpulkan informasi dengan melakukan sesi tanya jawab bersama narasumber. Dalam proses wawancara, yang akan menjadi narasumber adalah *owner* dari CV Lafeby. Nantinya, dalam wawancara akan dibahas terkait desain dari website *company profile* dan diskusi terkait konten apa saja yang ingin dipromosikan oleh CV Lafeby. Selain metode wawancara, penulis juga menggunakan metode studi pustaka atau mencari referensi, yaitu proses pengumpulan data melalui *resource* cetak ataupun *online*, nantinya penulis akan mengumpulkan data referensi terkait dengan proses pembuatan website *company profile* serta referensi pendukung lainnya.

2. Metode Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan adalah metode analisis kualitatif, yaitu sebuah metode yang digunakan untuk memahami makna ataupun interpretasi dalam suatu konteks berdasarkan dari data berbasis teks. Tentu hal ini dapat dilakukan karena penulis dalam proses pengumpulan informasi/data menggunakan metode wawancara. Nantinya, hasil dari wawancara bersama *owner* dari CV Lafeby akan menjadi acuan penulis untuk membangun website *company profile* yang sesuai keinginan dari perusahaan (tema, warna, konten, dan lain sebagainya).

3. Metode Pengembangan Produk

Metode *Agile* merupakan metode yang digunakan dalam perancangan website *company profile* pada pelaksanaan kegiatan PkM. *Agile Development Methods* merupakan sebuah pendekatan kerangka kerja dalam kegiatan pengembangan perangkat lunak yang didasarkan pada prinsip pengembangan sistem jangka pendek yang memerlukan adaptasi cepat dari pihak pengembang (*developer*) terhadap perubahan dalam bentuk apapun. Metode ini terdiri dari *Planing, Design, Coding, dan Test* (Gunawan et al., 2023). Detail tahapannya sebagai berikut: *Planing* atau perencanaan merupakan langkah awal yang dimana proses ini dilakukan perencanaan tentang konsep awal dari website *company profile* yang akan dibangun dengan berdiskusi langsung dengan *owner* CV Lafeby. Kemudian masuk pada fase desain (*design*), setelah mendapatkan gambaran besar tentang tema dari website yang akan dibangun, pada proses *design* akan diilustrasikan desain awal website dalam bentuk *wireframe* (desain awal). Kemudian masuk pada fase *coding*, setelah hasil dari *wireframe*

yang telah diterima dan disetujui oleh pihak CV Lafeby, desain tersebut selanjutnya akan dibangun dalam bentuk sebuah website *company profile* dengan menggunakan *wordpress*. Pada tahapan terakhir, akan dilakukan percobaan implementasi secara langsung untuk melihat seberapa tepat *output* yang telah dibangun dengan desain awal yang telah ditentukan sebelumnya, sekaligus memeriksa apakah ada *bug* atau *error* pada website.

Pembahasan

Luaran kegiatan PkM ini dirancang berdasarkan hasil dari wawancara langsung dengan *owner* dari CV Lafeby. Penulis telah menerima permintaan dari *owner* CV Lafeby untuk membangun sebuah website yang dimana akan menjadi identitas dari CV Lafeby di internet. Meskipun CV Lafeby telah berdiri selama 13 tahun, namun sampai saat ini masih belum mempunyai identitas di internet dan hanya dikenal dari letak geografi. Berikut ini tahapan perancangan dari website *company profile* CV Lafeby.

1. Proses Perancangan

Proses perancangan website *company profile* dimulai dari memesan layanan *hosting* dan *domain*, nantinya *hosting* akan menjadi wadah dari website *company profile*, sedangkan *domain* akan menjadi identitas dari website *company profile*. *Domain* yang akan digunakan penulis adalah lafebystore.my.id hal ini telah mendapatkan persetujuan dari pihak CV Lafeby. Implementasi *hosting* dan *domain* penulis menggunakan provider Rumahweb.



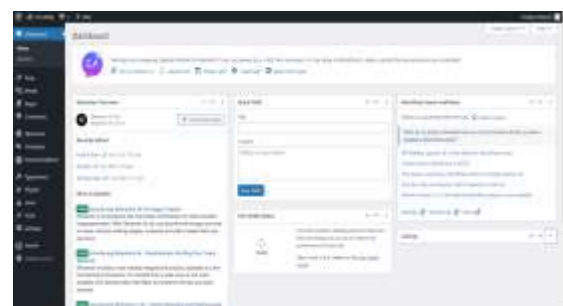
Gambar 1. Bukti Pembelian *Hosting* dan *Domain*

Setelah penulis membeli layanan *hosting* dari rumahweb, nantinya akan diberikan akun cPanel yang dimana salah satu fitur dari cPanel adalah dapat membangun sebuah *wordpress* dan disini telah tersedia melalui softaculous.



Gambar 2. *Softaculous* Penginstalan *WordPress*

Setelah kita mengisi data yang diperlukan untuk membangun *wordpress*, seperti nama website, akun *wordpress*, *plugin*, dan tema yang ingin digunakan sebagai desain dasar dari website. Selanjutnya klik *install* dan *wordpress* akan terinstal di *hosting* dan dapat diakses melalui *domain*.



Gambar 3. *Dashboard WordPress*

Pada pengembangannya, website *company profile* CV Lafeby dibangun menggunakan tema UniBlock dari WPZOOM.



Gambar 4. Tema UniBlock dari WPZOOM

2. Proses Pengembangan Website

Pada proses pengembangan website, penulis membangun sebuah website *company profile* dengan total 4 *pages* (*homepage*, produk kami (*wearpack*), produk kami (*jacket safety*), dan tentang kami). Keputusan ini di dapat berdasarkan hasil diskusi dengan *owner* CV Lafeby.

Pada bagian pertama, terdapat bagian *homepage* (beranda) yang dimana berisi foto pekerja yang menggunakan pakaian *safety* dan juga berisi *headline* dari CV Lafeby yaitu "Solusi Terbaik Jaket *Safety* & *Wearpack* Profesional" hal ini bermakna keseriusan CV Lafeby yang telah bergerak di bidang pakaian *safety* selama 13 tahun dan siap memberikan solusi terbaik untuk masalah pakaian *safety*.



Gambar 5. Halaman Beranda

Pada bagian kedua, terdapat deskripsi terkait 3 keunggulan utama dari produk yang diproduksi oleh CV Lafeby. Bahan berkualitas, produk berkualitas, dan kostumisasi desain atau fitur keselamatan merupakan hal yang CV Lafeby tawarkan sebagai produsen/penyedia pakaian *safety*.



Gambar 6. Bagian "Keunggulan Produk"

Pada bagian ketiga, terdapat jenis kain yang tersedia dan menjadi bahan utama pembuatan pakaian *safety*. Tidak hanya nama kain, terdapat juga deskripsi singkat dari kain yang tersedia



Gambar 7. Bagian "Jenis Kain Tersedia"

Pada bagian akhir, di sini kembali ditegaskan bahwa CV Lafeby telah hadir sejak tahun 2010 dan CV Lafeby telah melayani pemesanan pakaian *safety* kepada lebih dari 200 perusahaan ataupun organisasi. Selain itu, terdapat bagian promo "CV Lafeby Menawarkan Diskon untuk Pembelian Lebih dari 500 pcs *Jacket* atau *Wearpack*" dan apabila ingin membeli produk dari CV Lafeby, dapat mengklik ikon dibawahnya "pesan sekarang!".



Gambar 8. Bagian "Tagline"



Gambar 9. "Bagian Promo"

Selanjutnya pada *page* "produk kami" bagian *wearpack* yang dimana berisi

3 bagian, untuk bagian pembuka kita dapat melihat bagaimana kondisi dari salah satu toko CV Lafeby.



Gambar 10. Halaman Produk Kami "Wearpack"

Pada bagian kedua, terdapat deskripsi spesifikasi dari *wearpack* yang disediakan oleh CV Lafeby dari kain, resleting, karet pinggang, dan lain sebagainya.



Gambar 11. Bagian "Spesifikasi Wearpack"

Pada bagian ketiga, terdapat warna apa saja yang tersedia dan juga untuk ukuran dari *wearpack*nya dapat disesuaikan sesuai kebutuhan



Gambar 12. Bagian "Warna & Ukuran Tersedia"

Selanjutnya pada *page* "produk kami" bagian *jacket safety* yang dimana berisi 3 bagian dan hampir mirip untuk isi *pagenya*, untuk bagian pembuka kita dapat melihat bagaimana kondisi dari salah satu toko CV Lafeby.



Gambar 13. Halaman "Jaket Safety"

Pada bagian kedua, terdapat deskripsi spesifikasi dari *jaket safety* yang disediakan oleh CV Lafeby.



Gambar 14. Bagian "Spesifikasi Jacket Safety"

Selanjutnya pada bagian ketiga, sama seperti bagian halaman produk kami "*wearpack*" terdapat warna apa saja yang tersedia dan juga untuk ukuran dari *jaket safety* dapat disesuaikan sesuai kebutuhan.



Gambar 15. Bagian "Warna & Ukuran Tersedia"

Selanjutnya pada *page* "tentang kami" berisi tentang perjalanan dari CV Lafeby sejak 13 tahun yang lalu perusahaan ini berdiri dan deskripsi singkat perusahaan, serta berisi harapan dari CV Lafeby untuk selalu berinovasi dan berkembang yang pada akhirnya nanti akan menjadi perusahaan penyedia pakaian *safety* yang dapat dipercaya.



Gambar 16. Halaman "Tentang Kami"

3. Kondisi Setelah Implementasi

Setelah proses perancangan dan implementasi telah dilaksanakan, website *company profile* CV Lafeby dilakukan pengujian untuk memeriksa aksesibilitas dan juga fungsionalitas dari website. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan tidak ditemukan *bug* atau *malfunction* pada website *company profile* CV Lafeby dan dapat diakses melalui perangkat desktop maupun dari *smartphone* dengan sangat baik.

Simpulan

Kesimpulan dari kegiatan PkM dengan judul "Implementasi Website *Company Profile* pada CV Lafeby untuk Meningkatkan Pemasaran Digital" berjalan lancar dengan hasil implementasi sebuah website *company profile* menggunakan *wordpress*. Website *company profile* yang telah dibangun akan membantu CV Lafeby dalam membangun identitas perusahaan di internet. Selain itu, website *company profile* yang telah dibangun juga dapat menjadi alat untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan dan pada akhirnya CV Lafeby tidak hanya akan mengandalkan letak geografisnya untuk penjualan produknya, nantinya akan memanfaatkan website *company profile* untuk meningkatkan pemasaran produk CV Lafeby secara digital.

Saran dari penulis terkait implementasi website *company profile* yang telah dilakukan adalah CV Lafeby dapat mengembangkan kualitas dari *resource* yang digunakan dalam konten

website. Selanjutnya, CV Lafeby dapat mencantumkan nama domain website *company profile* ke dalam kartu nama, postingan di media social, ataupun laman *e-commerce* agar penggunaan websitenya semakin maksimal.

Daftar Pustaka

- Ardiansyah, F., Wardani, A. S., & Sucipto, S. (2023). Rancang Bangun Company Profile Pusat Pelayanan Terpadu Perlindungan Perempuan Dan Anak Berbasis Website. *JSITIK: Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi Komputer*, 1(2), 124–136. <https://doi.org/10.53624/jsitik.v1i2.176>
- Gunawan, D., Abdullah, Haidar, D., Bayram AT, M., & Saputra, R. K. (2023). Implementasi Aplikasi Informasi Kajian Islami Di Masjid Nurul Iman. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(2), 245–252. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i2.173>
- Lestari, I., Rhodiyah, K., Ihsan, M., & Putera, A. (2023). Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi <https://jsisfotek.org/index.php> Rancang Bangun Research Profile Company Pada Universitas XYZ Menggunakan Metode Personal Extreme Programming. 5(1). <https://doi.org/10.37034/jsisfotek.v4i2.182>
- Muhammad, F., Anshari, F., Fauzi, C., & Rismawati, E. (2023). Rancang Bangun Website Company Profile Menggunakan Reactjs Untuk Single-Page Application (Studi Kasus Lembaga Yapesa) (Vol. 1, Issue 1). <http://journal.diptainstitute.com/index.php/infinite>

- Pengabdian Masyarakat Gemilang, J., Karim, A., & Ginting, G. (N.D.). Pemanfaatan Digital Marketing Dengan Facebook Ads Bagi Pelaku UMKM Di Labuhanbatu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 2, 12–16.
- Prasetiadi, A. E. (2021). WEB 3.0: TEKNOLOGI WEB MASA DEPAN (Vol. 1, Issue 3).
- Rahardja, U. (2022). Penerapan Teknologi Blockchain Dalam Pendidikan Kooperatif Berbasis E-Portfolio. *Technomedia Journal*, 7(3), 354–363.
<https://doi.org/10.33050/Tmj.V7i3.1957>
- Sudarsi, S., Nuswandari, C., Yudianto, A., Kartika, A., & Sudiyatno, B. (2022). Peran Manajemen Keuangan Dan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Umkm Bandeng Di Kendal. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat (PENAMAS)*, 6(1), 75–80.
- Yoga Bagaskhara, M., Gata, G., & Widjaja, A. (2023). 2 Nd Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI) 21 Maret 2023- Jakarta (Vol. 2, Issue 1).