

PENDAMPINGAN KULIAH PAKAR IoT DAN AI: SINERGI CERDAS UNTUK PEMASARAN BERBASIS DATA

Basiroh^{1*}, Dhona Meylida², Raisa Aribatul Hamidah³, Sri Purwati⁴

^{1,2,4}Fakultas Teknik, Universitas Islam Batik

³Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Batik

E-mail: ^{1*}shira@uibs.ac.id, ²widyairwanto31@sma.belajar.id, ³raisa.hamidah@uibs.ac.id

Article Info	Abstract
ARTICLE HISTORY Received: 12/06/2026 Reviewed: 14/06/2026 Revised: 15/07/2026 Accepted: 30/07/2026 DOI: 10.54840/widharma.v5i02.610	<i>Perkembangan Internet of Things (IoT) dan Artificial Intelligence (AI) telah mendorong transformasi signifikan dalam strategi pemasaran berbasis data. Namun, masih terdapat kesenjangan pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam mengintegrasikan kedua teknologi tersebut untuk mendukung pengambilan keputusan pemasaran yang cerdas dan adaptif. Permasalahan ini menjadi tantangan penting di lingkungan akademik, khususnya dalam mempersiapkan lulusan yang kompeten menghadapi era digital dan industri 4.0. Kegiatan pendampingan kuliah pakar ini bertujuan untuk meningkatkan literasi teknologi, pemahaman konseptual, serta kemampuan implementatif mahasiswa dalam memanfaatkan IoT dan AI sebagai instrumen pemasaran berbasis data. Metode pengabdian yang digunakan meliputi pendekatan edukatif-partisipatif melalui kuliah pakar, diskusi interaktif, studi kasus, serta demonstrasi implementasi sistem berbasis IoT dan AI dalam analisis perilaku konsumen. Kegiatan ini juga disertai dengan sesi praktik sederhana terkait pengolahan data dan pemanfaatan algoritma AI untuk segmentasi pasar dan prediksi tren. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep integrasi IoT dan AI dalam ekosistem pemasaran digital. Mahasiswa mampu mengidentifikasi potensi pemanfaatan data sensor dan data perilaku pengguna untuk mendukung strategi pemasaran yang lebih personal, efisien, dan berbasis analitik. Selain itu, kegiatan ini memperkuat sinergi antara dunia akademik dan perkembangan teknologi industri, sehingga mendukung terciptanya sumber daya manusia yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada pengambilan keputusan berbasis data.</i> <i>Kata kunci: Internet of Things (IoT), Artificial Intelligence (AI), Transformasi Digital, Analitik Data, Literasi Teknologi, Industri 4.0</i>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk bidang pemasaran (Lubis et al. 2024). Transformasi menuju era Industri 4.0 ditandai dengan meningkatnya pemanfaatan (Lestari et al. n.d.) *Internet of Things (IoT)* dan *Artificial Intelligence (AI)* dalam pengolahan serta analisis data secara *real-time*. *IoT* memungkinkan pengumpulan data melalui perangkat dan sensor yang saling terhubung (Basiroh 2021), sedangkan *AI* berperan dalam menganalisis data tersebut untuk menghasilkan informasi yang bernilai strategis. Integrasi keduanya melahirkan pendekatan pemasaran berbasis data (*data-driven marketing*) yang lebih presisi, personal, dan adaptif terhadap perilaku konsumen. Meskipun teknologi *IoT* dan *AI* berkembang pesat di sektor industri, pemahaman mahasiswa terhadap sinergi kedua teknologi tersebut dalam konteks pemasaran masih relatif

terbatas (Khoir 2024). Banyak mahasiswa memahami konsep pemasaran digital secara umum, namun belum mampu mengintegrasikan analitik data, *machine learning*, serta pemanfaatan data sensor dalam strategi pemasaran yang komprehensif (Gitakarma et al. 2022). Kesenjangan ini menjadi tantangan dalam menyiapkan lulusan yang kompeten, adaptif, dan mampu bersaing di dunia kerja yang semakin berbasis teknologi. Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam menjembatani kesenjangan tersebut melalui kegiatan akademik yang relevan dengan kebutuhan industri (Khatami et al. 2024). Salah satu bentuk implementasinya adalah melalui pendampingan kuliah pakar yang menghadirkan praktisi dan akademisi berkompeten di bidang *IoT* dan *AI*. Kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan penguatan teoritis, tetapi juga wawasan praktis mengenai penerapan teknologi dalam pemasaran berbasis data (F. A. Wulandari, Wedashwara, and Wijayanto 2025). Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu memahami hubungan antara teknologi cerdas dan strategi pemasaran modern secara lebih terintegrasi.

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui pendampingan kuliah pakar ini bertujuan untuk meningkatkan literasi dan kompetensi mahasiswa dalam memahami serta mengimplementasikan konsep *IoT* dan *AI* dalam pemasaran berbasis data. Secara khusus, tujuan kegiatan ini adalah: (1) memberikan pemahaman konseptual mengenai *IoT* dan *AI* dalam ekosistem transformasi digital; (2) menjelaskan peran data sebagai aset strategis dalam pengambilan keputusan pemasaran; (3) memperkenalkan contoh implementasi nyata penggunaan *IoT* dan *AI* dalam analisis perilaku konsumen, segmentasi pasar, dan prediksi tren; serta (4) mendorong mahasiswa untuk mengembangkan pola pikir analitis dan inovatif dalam merancang strategi pemasaran berbasis teknologi. Melalui tujuan tersebut, kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat kesiapan mahasiswa menghadapi tantangan industri digital serta membangun sinergi antara dunia akademik dan kebutuhan pasar kerja (D. N. Wulandari et al. 2025). Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi kuliah pakar mengenai konsep dasar *IoT* dan *AI*, termasuk arsitektur sistem, mekanisme pengumpulan data, serta prinsip kerja *machine learning* dalam analisis data pemasaran. Materi disampaikan secara sistematis dan kontekstual agar mudah dipahami oleh mahasiswa dari berbagai latar belakang (Tulis 2024). Selanjutnya, dilakukan sesi diskusi interaktif untuk menggali pemahaman peserta terkait peluang dan tantangan implementasi *IoT* dan *AI* dalam pemasaran. Peserta diberikan studi kasus mengenai pemanfaatan data sensor, data transaksi, dan data perilaku pelanggan dalam menentukan strategi promosi yang lebih efektif dan personal. Pada tahap ini, mahasiswa didorong untuk menganalisis permasalahan dan memberikan solusi berbasis data (Informatika et al. 2025).

Pemilihan kegiatan juga dilengkapi dengan *action* riset yaitu demonstrasi sederhana penggunaan *tools* analitik berbasis AI untuk segmentasi pasar dan prediksi perilaku konsumen (ISSN 2541-2922 (Online) ISSN 2527-8436 (Print) 2013). Demonstrasi ini bertujuan memberikan gambaran praktis mengenai bagaimana data dikumpulkan, diproses, dan diinterpretasikan untuk mendukung pengambilan keputusan. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui umpan balik peserta serta pengamatan terhadap partisipasi aktif selama sesi berlangsung (D. N. Wulandari et al. 2025). Hasil pelaksanaan pendampingan kuliah pakar menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mahasiswa terhadap konsep integrasi *IoT* dan *AI* dalam pemasaran berbasis data (Buatan n.d.). Mahasiswa mampu mengidentifikasi peran perangkat IoT dalam mengumpulkan data konsumen secara *real-time*, serta memahami bagaimana algoritma AI dapat digunakan untuk menganalisis pola perilaku dan preferensi pelanggan. Selain peningkatan pemahaman konseptual, mahasiswa juga menunjukkan kemampuan awal dalam mengaitkan data dengan strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti personalisasi konten promosi, optimasi waktu kampanye, dan prediksi kebutuhan pelanggan.

Diskusi interaktif memperlihatkan bahwa peserta mulai menyadari pentingnya pengambilan keputusan berbasis data dibandingkan pendekatan konvensional yang lebih intuitif. Kegiatan ini juga memberikan dampak positif dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa terhadap teknologi cerdas dan analitik data. Antusiasme peserta selama sesi diskusi dan praktik

menunjukkan adanya ketertarikan untuk mendalami bidang *IoT* dan *AI* lebih lanjut. Secara keseluruhan, pendampingan kuliah pakar ini berhasil menjadi media sinergi antara pengembangan keilmuan di perguruan tinggi dan kebutuhan industri digital, sehingga mendukung terciptanya sumber daya manusia yang kompeten, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

TINJAUAN PUSTAKA

Pembelajaran Berbasis Pengalaman

Pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) dalam kegiatan Pendampingan Kuliah Pakar *Internet of Things (IoT)* dan *Artificial Intelligence (AI)*: Sinergi Cerdas untuk Pemasaran Berbasis Data dirancang untuk memberikan pemahaman yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dan kontekstual. Pendekatan ini menempatkan mahasiswa sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran melalui pengalaman langsung, refleksi, analisis, dan penerapan konsep dalam situasi nyata. Kegiatan diawali dengan pemaparan konsep dasar *IoT* dan *AI* dalam ekosistem pemasaran digital. Namun, alih-alih hanya menerima materi secara pasif, mahasiswa diajak untuk mengaitkan teori dengan realitas industri melalui studi kasus aktual. Misalnya, bagaimana data yang dikumpulkan dari perangkat *IoT* seperti sensor lokasi, perangkat *wearable*, atau sistem *point of sales* dapat diolah menggunakan algoritma *AI* untuk memprediksi perilaku konsumen dan menyusun strategi promosi yang lebih personal.

Pada tahap eksplorasi pengalaman, mahasiswa diberikan simulasi sederhana terkait pengolahan data konsumen. Mereka diminta menganalisis pola pembelian, segmentasi pasar, serta potensi rekomendasi produk berbasis data historis. Proses ini mendorong mahasiswa untuk berpikir kritis, menginterpretasikan data, dan menarik kesimpulan yang relevan dengan strategi pemasaran. Diskusi kelompok menjadi ruang refleksi untuk membandingkan hasil analisis, mengevaluasi pendekatan yang digunakan, serta memahami berbagai perspektif dalam pengambilan keputusan berbasis data. Pembelajaran berbasis pengalaman juga menekankan pada siklus reflektif. Setelah sesi praktik dan diskusi, mahasiswa diajak mengevaluasi pengalaman belajar mereka: tantangan apa yang dihadapi, bagaimana solusi ditemukan, serta bagaimana konsep *IoT* dan *AI* dapat diterapkan dalam konteks bisnis yang berbeda. Refleksi ini penting untuk memperkuat pemahaman konseptual sekaligus membangun kesadaran akan pentingnya adaptasi teknologi dalam dunia pemasaran modern. Selain meningkatkan pemahaman teknis, pendekatan ini juga mengembangkan *soft skills* mahasiswa, seperti kemampuan komunikasi, kolaborasi tim, *problem solving*, dan pengambilan keputusan. Ketika mahasiswa terlibat langsung dalam analisis kasus dan presentasi hasil diskusi, mereka belajar menyampaikan argumen berbasis data secara sistematis dan logis. Hal ini menjadi bekal penting dalam menghadapi dinamika industri yang menuntut ketepatan analisis dan respons cepat terhadap perubahan pasar.

Secara keseluruhan, pembelajaran berbasis pengalaman dalam pendampingan kuliah pakar ini berhasil menciptakan suasana belajar yang interaktif, kontekstual, dan relevan dengan kebutuhan industri digital. Mahasiswa tidak hanya memperoleh wawasan teoritis mengenai *IoT* dan *AI*, tetapi juga mengalami secara langsung bagaimana sinergi kedua teknologi tersebut dapat dimanfaatkan untuk membangun strategi pemasaran berbasis data yang lebih cerdas, efektif, dan kompetitif. Pendekatan ini memperkuat integrasi antara dunia akademik dan praktik industri, serta mendukung pengembangan kompetensi mahasiswa yang adaptif terhadap transformasi digital.

Literasi Teknologi

Literasi teknologi merupakan kemampuan individu dalam memahami, menggunakan, mengevaluasi, dan mengelola teknologi secara efektif dan bertanggung jawab. Dalam konteks pendidikan tinggi, literasi teknologi tidak hanya mencakup keterampilan operasional, tetapi juga kemampuan berpikir kritis terhadap pemanfaatan teknologi dalam pemecahan masalah. Seiring dengan berkembangnya era transformasi digital dan Industri 4.0, literasi teknologi menjadi

kompetensi esensial yang harus dimiliki mahasiswa agar mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan kerja yang semakin terdigitalisasi.

Internet of Things (IoT) dan *Artificial Intelligence (AI)* merupakan dua teknologi kunci yang mendorong lahirnya ekosistem pemasaran berbasis data. *IoT* berperan dalam mengumpulkan data melalui perangkat yang saling terhubung, sedangkan *AI* berfungsi mengolah dan menganalisis data tersebut untuk menghasilkan pola, prediksi, dan rekomendasi strategis. Integrasi keduanya memungkinkan organisasi menerapkan pendekatan *data-driven marketing* yang lebih akurat, personal, dan efisien. Oleh karena itu, literasi teknologi dalam bidang *IoT* dan *AI* menjadi landasan penting dalam memahami bagaimana data dikonversi menjadi informasi bernilai tambah. Dalam ranah pembelajaran, peningkatan literasi teknologi dapat dilakukan melalui pendekatan kontekstual dan berbasis pengalaman, sehingga mahasiswa tidak hanya memahami konsep teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam studi kasus nyata.

Kegiatan pendampingan kuliah pakar menjadi salah satu strategi efektif untuk memperluas wawasan mahasiswa terhadap perkembangan teknologi mutakhir serta relevansinya dalam pemasaran modern. Dengan demikian, penguatan literasi teknologi melalui pemahaman *IoT* dan *AI* tidak hanya mendukung peningkatan kompetensi akademik, tetapi juga mempersiapkan mahasiswa menjadi sumber daya manusia yang adaptif, inovatif, dan mampu mengambil keputusan berbasis data di era ekonomi digital.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan Kuliah Pakar *IoT* dan *AI*: Sinergi Cerdas untuk Pemasaran Berbasis Data menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif dan berbasis pengalaman. Kegiatan diawali dengan tahap persiapan berupa koordinasi dengan narasumber pakar, penyusunan materi, serta identifikasi kebutuhan peserta. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pemaparan materi mengenai konsep dasar *IoT* dan *AI*, arsitektur sistem, serta implementasinya dalam pemasaran berbasis data. Selanjutnya, dilakukan sesi diskusi interaktif dan studi kasus untuk menganalisis pemanfaatan data konsumen dalam segmentasi pasar dan prediksi perilaku pelanggan. Peserta juga mengikuti demonstrasi sederhana penggunaan *tools* analitik berbasis *AI* untuk memahami proses pengolahan data secara praktis. Tahap evaluasi dilakukan melalui refleksi dan umpan balik peserta guna mengukur peningkatan pemahaman dan efektivitas kegiatan dalam mendukung literasi teknologi dan pengambilan keputusan berbasis data. Berikut *rundown* acara pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat kuliah pakar.

Tabel 1. Rundown Acara

Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab
08.00 – 08.30	Registrasi Peserta	Panitia
08.30 – 08.40	Pembukaan Acara	MC
08.40 – 08.50	Sambutan Ketua Program Studi	Kaprodi
08.50 – 09.00	Perkenalan Narasumber	Moderator
09.00 – 10.00	Sesi I: Konsep Dasar <i>IoT</i> dan <i>AI</i> dalam Transformasi Digital	Narasumber
10.00 – 10.15	<i>Ice Breaking</i> dan Diskusi Singkat	Moderator
10.15 – 11.15	Sesi II: Implementasi <i>IoT</i> dan <i>AI</i> dalam Pemasaran Berbasis Data	Narasumber
11.15 – 11.45	Studi Kasus dan Demonstrasi <i>Tools</i> Analitik <i>AI</i>	Narasumber
11.45 – 12.15	Sesi Tanya Jawab dan Diskusi Interaktif	Narasumber & Peserta
12.15 – 12.25	Penyampaian Kesimpulan	Moderator
12.25 – 12.30	Penutup & Foto Bersama	MC & Panitia



a. Sambutan Tim PkM UNIBA-IBN

b. Proses Pemaparan Materi Kuliah Pakar

Gambar 1. Pembukaan *Visiting Scientist/Lecture* Universitas Islam Batik



Gambar 2. Sesi Foto Bersama UNIBA-Institut Bakti Nusantara

Tahapan target dan luaran yang dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Tersusunnya konsep dan desain kegiatan yang sistematis dan relevan dengan kebutuhan industri digital serta teridentifikasinya kebutuhan mahasiswa terkait literasi *IoT* dan *AI* dalam pemasaran berbasis data.
2. Semakin meningkatnya literasi digital sebagai dasar kemampuan *hard skill* dan *soft skill* khususnya literasi *IoT* dan *AI* dalam pemasaran berbasis data mahasiswa Universitas Islam Batik dan Institut Bakti Nusantara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kuliah Pakar *IoT* dan *AI*: Sinergi Cerdas untuk Pemasaran Berbasis Data memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman konseptual dan wawasan aplikatif mahasiswa. Setelah mengikuti kegiatan, mahasiswa menunjukkan peningkatan literasi teknologi, khususnya dalam memahami peran *IoT* sebagai sistem pengumpul data berbasis sensor dan perangkat terhubung, serta *AI* sebagai teknologi analitik yang mampu mengolah data menjadi informasi strategis.

Mahasiswa mampu menjelaskan keterkaitan antara data yang diperoleh melalui perangkat *IoT* dengan proses analisis menggunakan algoritma *AI* dalam mendukung pengambilan keputusan pemasaran. Mereka memahami bahwa pemasaran modern tidak lagi hanya berbasis intuisi, tetapi mengandalkan data *real-time*, analisis pola perilaku konsumen, segmentasi pasar, serta prediksi tren. Pemahaman ini tercermin dari kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi contoh penerapan *IoT* dan *AI* pada *e-commerce*, retail digital, serta sistem rekomendasi produk. Selain peningkatan aspek kognitif, pembekalan ini juga mengembangkan kemampuan analitis dan *problem solving* mahasiswa. Melalui studi kasus dan diskusi interaktif, mahasiswa mampu menginterpretasikan data sederhana untuk menentukan strategi promosi yang lebih personal dan efektif. Mereka juga menunjukkan peningkatan kesadaran akan pentingnya keamanan data dan etika dalam pemanfaatan teknologi berbasis *AI*. Dari sisi afektif dan motivasional, mahasiswa menunjukkan antusiasme tinggi terhadap pengembangan kompetensi di bidang *IoT* dan *AI*. Kegiatan ini mendorong minat mahasiswa untuk mendalami analitik data, *machine learning*, serta penerapan teknologi cerdas dalam bidang pemasaran dan bisnis digital.

Hasil pembekalan ini menunjukkan bahwa pendekatan kuliah pakar yang dikombinasikan dengan studi kasus dan demonstrasi praktis efektif dalam meningkatkan literasi teknologi mahasiswa. Integrasi *IoT* dan *AI* dalam konteks pemasaran memberikan pemahaman komprehensif bahwa data merupakan aset strategis dalam menciptakan keunggulan kompetitif.

Secara konseptual, mahasiswa mulai memahami bahwa *IoT* berperan sebagai *enabler* dalam pengumpulan data, sedangkan *AI* berfungsi sebagai *engine* analitik yang mengubah data mentah menjadi informasi bernilai. Sinergi keduanya memungkinkan terciptanya strategi pemasaran yang lebih presisi, adaptif, dan personal. kegiatan ini sejalan dengan kebutuhan industri digital yang menuntut lulusan tidak hanya memahami teori pemasaran, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi analitik dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian, pembekalan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi akademik, tetapi juga memperkuat kesiapan mahasiswa menghadapi tantangan transformasi digital dan ekonomi berbasis data.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah terlaksana dengan baik dan memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan literasi teknologi mahasiswa. Pembekalan ini berhasil memperluas pemahaman peserta mengenai peran *IoT* sebagai teknologi pengumpul data *real-time* dan *AI* sebagai sistem analitik yang mampu mengolah data. Melalui pemaparan materi, studi kasus, serta diskusi interaktif, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga wawasan aplikatif terkait implementasi *IoT* dan *AI* dalam segmentasi pasar, personalisasi promosi, serta prediksi perilaku konsumen. Kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya keamanan data dan etika dalam pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan. Secara keseluruhan, kuliah pakar ini mampu menjembatani kebutuhan akademik dengan perkembangan industri digital, serta memperkuat kesiapan mahasiswa dalam menghadapi era transformasi digital dan pemasaran berbasis data. Sinergi antara *IoT* dan *AI* menjadi fondasi penting dalam membangun strategi pemasaran yang cerdas, adaptif, dan kompetitif di era ekonomi digital. Selanjutnya perlu adanya kegiatan kuliah pakar yang dilaksanakan secara berkelanjutan dengan menghadirkan praktisi industri yang lebih beragam agar mahasiswa

memperoleh wawasan yang lebih komprehensif dan aktual. Selain itu, adanya *workshop* lanjutan berbasis praktik penggunaan *tools* analitik dan pemrograman *AI* sederhana, integrasi materi *IoT* dan *AI* ke dalam kurikulum juga penting untuk memperkuat kompetensi mahasiswa dalam pemasaran berbasis data secara sistematis dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Basiroh, Basiroh. 2021. "Implementasi Sistem Informasi Pengolahan Data Siswa Pada Lembaga Pendidikan Solocom." *JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat* 2(1): 64–71. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMAICA/article/view/4648>.
- Buatan, Kecerdasan. *Kecerdasan Buatan (Ai)*.
- Gitakarma, Made Santo et al. 2022. "PERANAN INTERNET OF THINGS DAN KECERDASAN BUATAN DALAM." 1(1): 1–8.
- Informatika, Teknik et al. 2025. "Integrasi Internet of Things (IoT) Dan Kecerdasan Buatan (AI) Untuk Smart City Di Indonesia." 3(2): 346–54.
- "ISSN 2541-2922 (Online) ISSN 2527-8436 (Print)." 2013. 2922.
- Khatami, Muhammad et al. 2024. "Inovasi K3 : Integrasi AI Dan IoT Untuk Meningkatkan Keselamatan Kerja." 6(5): 2231–39.
- Khoir, Qoidul. 2024. "Smart Classrooms : Mengintegrasikan IoT Dan AI Untuk Pembelajaran Yang Lebih Interaktif Dan Terukur." 4(1): 1–10.
- Lestari, Wiji et al. "KOMMAS : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang INFORMASI ADMINISTRASI PENGELOLAAN KEUANGAN SISWA PADA MI KOMMAS : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang." : 1–10.
- Lubis, Zultoni et al. 2024. "Peran Literasi Teknologi Dalam Meningkatkan Efektivitas Manajemen." 9(204): 276–88.
- Tulis, Mesin Batik. 2024. "Artificial Intelligence Dan Internet of Things (IoT), Mempermudah Segalanya."
- Wulandari, Dwi Noviana, Fina Maliya, Hamdi Akhsan, and Iful Amri. 2025. "PERAN INTERNET OF THINGS (IOT) DAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DALAM MAINTENANCE LABORATORIUM : TINJAUAN LITERATUR." 6(2): 567–79.
- Wulandari, Fidyah Ajeng, Wirarama Wedashwara, and Heri Wijayanto. 2025. "Analyzing the Acceptance of IoT-Based Toddler Scales Among Health Workers Using the Technology Acceptance Model (TAM)." 11(7): 645–52.