

Aplikasi Sistem Informasi Social Media Advertise Maintenance Menggunakan Pendekatan Object Oriented Methodology

Sri Rahayu^{*1}, RYANTHIKA Serliyanthi Setyaningrum², Yuni Kristina Dewi³

¹ Program Studi Teknologi Informatika Universitas Raharja

^{2,3} Program Studi Sistem Informasi Universitas Raharja

Email: ^{*1}sriahayu@raharja.info, ²ryanthika@raharja.info, ³yuni.kristina@raharja.info

Abstrak

Sistem Informasi yang dibangun dalam bentuk media sosial dan internet membuat kita mampu melakukan berbagai kegiatan tanpa harus tatap muka. Media sosial saat ini menjadi daya tarik utama bagi masyarakat untuk berkomunikasi dan mencari informasi dengan cepat. Inilah peluang besar bagi perusahaan untuk menjangkau dan meluaskan pasarnya. Dengan Sistem Informasi yang dibangun dalam bentuk media sosial dan internet segala kendala baik jarak maupun biaya yang tinggi dapat ditekan dan komunikasi dapat dilakukan dengan efektif. Selama ini PT. Red Eye Utama melakukan pemasaran melalui iklan radio, Koran/baliho, hal inilah yang menjadi timbulnya permasalahan, karena terbatasnya ruang dan waktu, serta biaya yang tinggi untuk melakukan semua proses tersebut. Proses negosiasi antara perusahaan dengan *customer* menjadi salah satu hambatan yang berpengaruh pada pelayanan perusahaan kepada *customer*. Maka dari itu salah satu solusi untuk permasalahan pada sistem ini adalah dengan membangun Sistem Informasi *Social Media Advertise Maintenance*. Dengan menggunakan analisis metode PIECES untuk perbaikan-perbaikan berdasarkan *indicator performance*, *indicator information*, *indicator economic*, *indicator control*, *indicator efficiency* dan *indicator services*. Untuk membuat rancangan sistem barunya, digunakan pemodelan yang berorientasi objek yaitu UML (*Unified Modeling Language*) yang merupakan *tools* yang tepat untuk digunakan dalam menggambarkan rancangan sistem yang akan dibuat sesuai kebutuhan *User*.

Kata Kunci : *Social Media Advertise, Pemasaran Digital, Object Oriented Methodology.*

Abstract

Information systems built in the form of social media and the internet make us able to carry out various activities without having to meet face to face. Social media is currently the main attraction for people to communicate and find information quickly. This is a great opportunity for companies to reach and expand their market. With an information system built in the form of social media and the internet, all obstacles, both distance and high costs, can be suppressed and communication can be carried out effectively. So far, PT. Red Eye Utama conducts marketing through radio advertisements, newspapers / billboards, this is what causes problems, due to limited space and time, as well as high costs to carry out all these processes. The negotiation process between the company and the customer is one of the obstacles that affects the company's service to customers. Therefore, one solution to the problems in this system is to build a Social Media Advertise Maintenance Information System. By using PIECES method analysis for improvements based on performance indicators, indicator information, economic indicators, control indicators, efficiency indicators and service indicators. To design the new system, object-oriented modeling is used, namely UML (Unified Modeling Language) which is the right tool to use in describing the system design that will be made according to User needs.

Keywords: *Social Media Advertise, Digital Marketing, Object Oriented Methodology.*

1. Pendahuluan

Sistem Informasi dan internet yang memadai kita mampu melakukan kegiatan-kegiatan tanpa harus tatap muka. Sebelumnya untuk dapat memasarkan sebuah produk atau pun jasa, sebagai penjual harus dapat menjangkau pembeli secara langsung dengan biaya yang tinggi karena harus melewati tahap bertemunya penjual dan pembeli secara fisik. Dengan Sistem Informasi dan internet segala kendala baik jarak maupun biaya yang tinggi dapat ditekan dan komunikasi dapat dengan mudah dilakukan dengan efektif. Media sosial menjadi daya tarik utama bagi masyarakat untuk menghabiskan waktu mereka. Inilah peluang besar bagi penjual atau sebuah perusahaan untuk menjangkau dan meluaskan pasarnya. Maka baiknya jika sebuah perusahaan menggunakan media sosial sebagai akses untuk memasarkan produknya. Hal ini dikarenakan pemasaran pada media sosial tidak tampak seperti iklan pada umumnya. Masyarakat disajikan iklan layaknya sebuah informasi yang lumrah pada umumnya ada pada media sosial. PT. Red Eye Group adalah perusahaan yang berdiri sejak tahun 2011 yang memiliki tujuan inti yaitu menjadi pemenang di hati setiap pelanggan. Dalam proses bisnisnya, Red Eye Group memiliki beberapa tim yang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. *Digitize Team* memberikan pelayanan dari berbagai aspek pengiklanan di dunia digital mulai dari media *publishing ads, creative content, web & mobile development* dan *social media & google ads*. Kampanye terhadap produk atau jasa dapat tersampaikan lebih maksimal dengan menggunakan teknologi informasi, sosial media dan strategi SEO (*Search Engine Optimize*), *Digital Analytics System, Social Media Content Management* dan *Programing Development*. PT. Red Eye Utama melakukan pemasaran melalui iklan radio, koran atau baliho, hal inilah yang menjadi timbulnya permasalahan, karena terbatasnya ruang dan waktu, serta biaya yang tinggi untuk melakukan semua proses tersebut. Proses negosiasi antara perusahaan dengan *customer* menjadi salah satu hambatan dari segi waktu yang cukup berpengaruh pada pelayanan perusahaan kepada *customer* maupun calon *customer* lainnya. PT. Red Eye Utama menyadari potensi *Digital Marketing* sejak lama dimana proses pemasaran produk dilakukan secara digital melalui media sosial dan mesin pencarian dibanding melalui iklan radio, koran atau baliho. Beriklan di media sosial menjadi sangat efektif dan efisien menjangkau pasar tanpa terbatas lokasi, jarak maupun waktu karena bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja sesuai dengan prinsip internet yang berbasis *online*. Namun, kemudahan ini juga berarti memungkinkan *customer* dengan berbagai kebutuhan untuk beriklan secara digital mulai dari kecil, menengah hingga atas. Dengan meluasnya informasi kepada *customer* bahwa kami dapat melayani berbagai kebutuhan pengiklan digital mereka, membuat pihak pengiklan merasa kecewa jika semua *customer* ditangani dengan persuasif dan penjelasan produk secara langsung. Kelemahan yang ada pada sistem saat ini adalah proses penerimaan order yang tidak efektif dan efisien karena membutuhkan janji temu yang menyita waktu *Digitize Time*. Dimana waktu tersebut dapat dimanfaatkan untuk menerima *order project* lainnya. Hal ini menjadi permasalahan yang cukup besar saat ini bagi *Digitize Team*, mengakibatkan tidak memaksimalkan jumlah pelayanan yang masuk pada perusahaan dan pelayanan menjadi lambat. Melihat hal tersebut, sebuah ruang atau tempat untuk pihak pembuat iklan menawarkan produk mereka dirasa perlu untuk demi proses bisnis yang lebih efektif dan efisien. Melalui media periklanan ini juga akan ditampilkan paket-paket produk dengan berbagai jenjang harga dan kebutuhan *customer* dengan harapan, *customer* dapat lebih mudah memutuskan jenis iklan yang ingin digunakan secara mandiri baik target pasar hingga *budget* yang sesuai dengan kemampuan *customer* dengan langkah sederhana yang dapat mewakili beberapa *platform* sosial media.

TINJAUAN PUSTAKA

Social Media Advertising

Definisi Social Media menurut Nasrullah (2015:11) adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Pengertian dari *social media advertising* yaitu sebuah upaya yang dilakukan pemasar dalam menyampaikan pesan (ide, gagasan, nilai) kepada konsumen dengan berperan langsung dalam ikatan sosial masyarakat pada medium internet, sehingga dapat berinteraksi, berkomunikasi dan berkolaborasi dengan calon konsumen sasaran dan secara aktif mempromosikan produk atau jasa. [1]

Definisi Advertising disampaikan oleh Ario dkk (2016) mengutip dari Moriarty (2009:6) bahwa advertising adalah komunikasi pemasaran yang merupakan istilah umum yang mengacu kepada semua bentuk teknik komunikasi yang digunakan pemasar untuk menjangkau konsumennya dan menyampaikan pesannya.[2][3]

Digital Marketing

Digital Marketing menurut Prabowo (2018) adalah Membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk maupun jasa yang mereka punya. Digital Marketing juga dapat membuat atau membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak.[4]

Sementara itu, penelitian Leisander dan Dharmayanti (2017) mengemukakan bahwa digital marketing memang berdampak secara langsung terhadap kinerja industri, di mana semakin tinggi digital marketing yang diterapkan oleh suatu industri maka semakin tinggi pula kinerja industri, khususnya kinerja pemasaran.[5]

UML (*Unified Modeling Language*)

Menurut Ade Hendini (2016) UML adalah bahasa spesifikasi standar yang digunakan untuk mendokumentasikan, menentukan dan membangun perangkat lunak.[6]

Menurut Maimunah dkk (2017) yang disampaikan oleh Tamara Samudra (2019) "UML (*Unified Modeling Language*) adalah perangkat lunak yang memiliki paradigma "berorientasi objek". Pemodelan (*modeling*) sebenarnya digunakan untuk menyederhanakan masalah yang kompleks sedemikian rupa sehingga lebih mudah dipelajari dan dipahami".[7][8]

2. Metode Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data sendiri, penulis menggunakan beberapa metode, antara lain :

- **Metode Observasi**
Metode dimana peneliti harus meninjau apa yang diteliti.
Penulis melakukan pengamatan langsung pada sistem yang berjalan di PT. Red Eye Utama dengan terlibat dalam proses bisnis yang ada. Lalu dari pengamatan tersebut, penulis mengumpulkan data yang diperlukan untuk dianalisis agar dapat mengembangkan sistem tersebut.
- **Metode Wawancara**
Melalui proses wawancara, penulis melakukan Tanya jawab dengan narasumber, salah satunya adalah *digital director* pada PT. Red Eye Utama yang merupakan tempat penelitian berlangsung. Metode ini dilakukan agar mendapatkan data yang relevan sesuai kebutuhan sistem.

Metode Analisa

Metode *PIECES* merupakan metode analisis yang digunakan untuk mendapatkan inti permasalahan yang lebih detail. Dalam menganalisis sebuah sistem, biasanya akan dilakukan terhadap beberapa aspek antara lain adalah :

a. Performance (kinerja)

Dimana memiliki peran penting dalam menilai apakah suatu proses atau prosedur yang ada masih memungkinkan untuk meningkatkan kinerjanya dan untuk melihat sejauh mana dan seberapa andal suatu sistem informasi dalam memproses untuk menghasilkan tujuan yang diinginkan. Pada PT. Red Eye Utama saat ini, kinerja sistem kurang efisien, karena membutuhkan waktu yang cukup lama dalam prosesnya, mulai dari pendaftaran, pertemuan langsung, negosiasi, kesepakatan proyek dan seterusnya.

b. Information (informasi)

Apakah prosedur yang ada dapat diperbaiki sehingga kualitas informasi yang dihasilkan semakin baik. Informasi yang disajikan harus benar-benar bernilai guna. Pada PT.Red Eye Utama saat ini, penerimaan informasi sangat lambat, karena penyampaian informasi sangat terbatas, jika klien tidak langsung datang ke perusahaan.

c. Economic (ekonomi)

Apakah prosedur saat ini dapat diperbaiki (nilai penggunaannya) atau mengurangi biaya pelaksanaannya. Proses pembiayaan saat ini menjadi tidak ekonomis, hal tersebut dikarenakan pihak klien dan PT. Red Eye Utama harus beberapa kali mengadakan janji bertemu untuk sampai pada kesepakatan.

d. Control (pengendalian)

Apakah prosedur yang ada sekarang dapat diperbaiki sehingga kualitas kontrolnya lebih baik dan kemampuan mendeteksi kesalahan / *fraud* semakin baik. Karena kompleksitas proses yang terjadi antara PT. Red Eye Utama dan klien sehingga terjadi kerumitan juga pada *control* kerja begitu pula dengan biaya.

e. Efficiency (efisiensi)

Apakah prosedur yang ada masih dapat ditingkatkan, untuk mencapai peningkatan efisiensi operasi dan harus lebih unggul dari sistem manual. Banyaknya waktu dan biaya yang dikeluarkan, sistem yang saat ini berjalan dikategorikan tidak efisien.

f. Service (layanan)

Apakah prosedur yang ada dapat ditingkatkan kemampuannya untuk mencapai kualitas layanan yang lebih baik. Dikarenakan lamanya waktu proses kesepakatan, jumlah klien yang cukup banyak, sehingga pemberian layanan kepada semua klien tidak bisa dilakukan dengan maksimal.

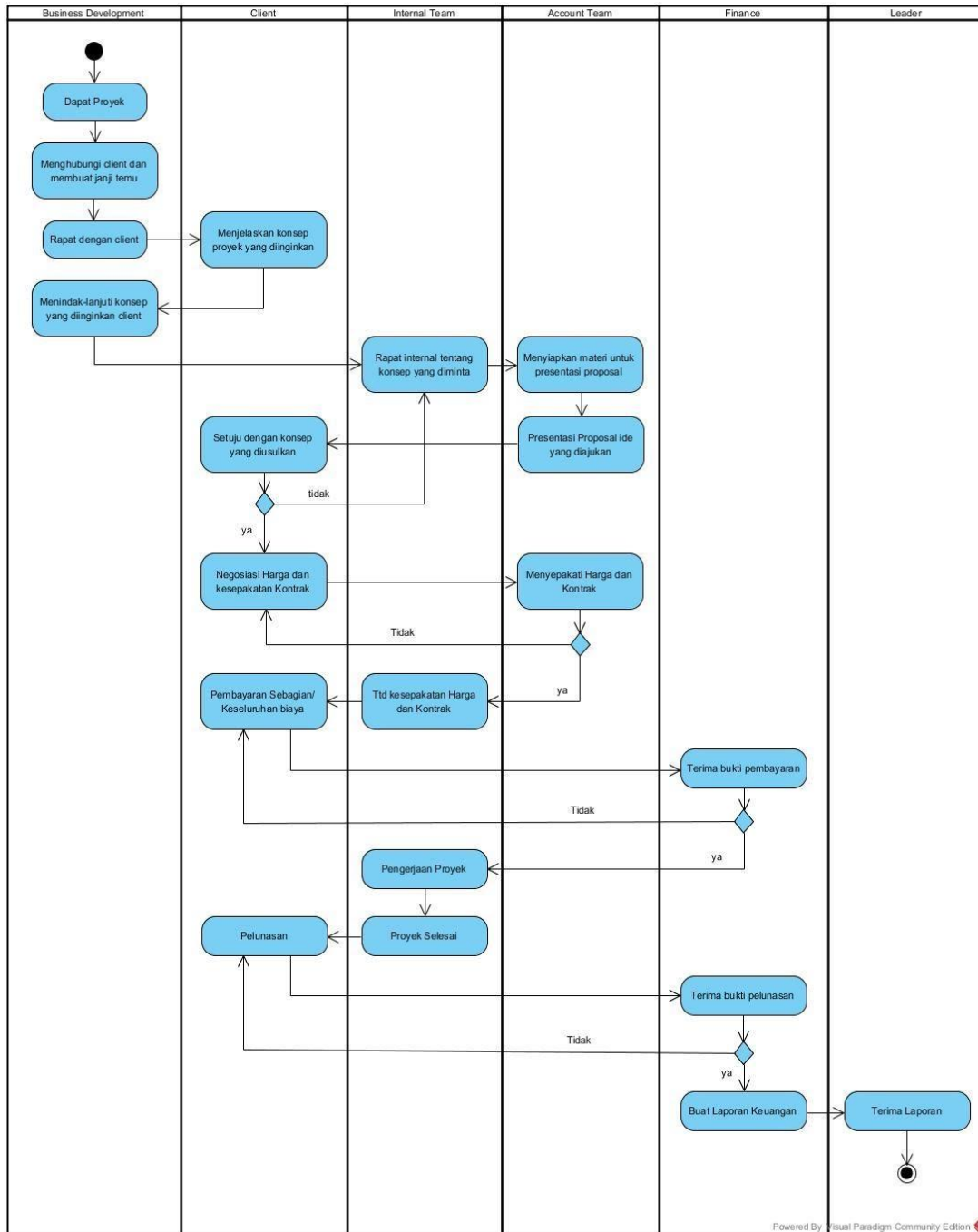
3. Hasil Dan Pembahasan

Diagram Hasil Analisa Sistem

Digitize Team sudah menjadi *Google Advertising Certified Partner* yang membantu banyak merek dan perusahaan untuk meningkatkan eksistensi mereka di dunia digital dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan media sosial untuk memasarkan produk sesuai pesanan pelanggan. Menggunakan metode *SEO (Search Engine Optimize)*, *Digital Analytics System*, *Social Media Content Management* dan *Programming Development*, kampanye

terhadap produk atau jasa yang dipesan oleh pelanggan dapat tersampaikan dengan lebih maksimal. Penulis mengangkat proses penanganan pesanan yang sedang berjalan pada sistem saat ini. Setelah tim *Business Development* mendapat proyek, tim tersebut menghubungi *client* dan membuat janji temu untuk memaparkan apa kebutuhan *client*. Setelah konsep terbentuk, tim *Business Development* menindaklanjuti konsep tersebut dengan melakukan diskusi bersama tim internal. Selanjutnya tim internal menyiapkan presentasi proposal dan *account team* melakukan negosiasi harga proyek. Hingga semua ketentuan, harga, kontrak dan perjanjian lainnya telah disepakati, serta proses pembayaran pihak klien sudah diselesaikan, barulah proyek dijalankan.

Kompleksitas proses yang terjadi digambarkan pada UML Diagram yaitu Activity Diagram pada Gambar 1 dibawah ini :



Gambar 1. Activity Diagram Saat Ini

Analisis PIECES pada sistem

Tabel 1. Analisa PIECES

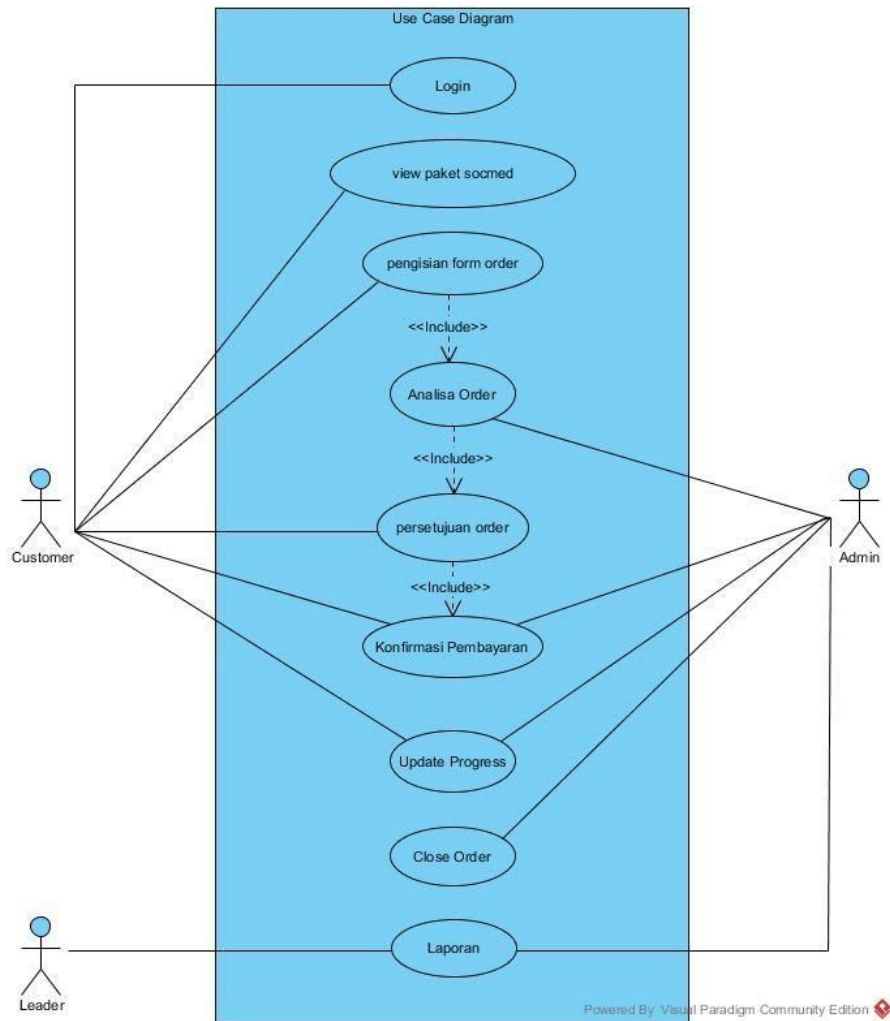
Indikator	Sistem Berjalan	Sistem Usulan
Performance	dengan sistem yang ada, untuk mendapatkan konsep yang klien inginkan, perusahaan harus mengirim dua orang tenaga kerja dari Bussiness team untuk mendiskusikannya. setelah itu butuh response time satu minggu untuk menindaklanjuti konsep tersebut berupa presentasi produk yang akan di eksekusi beserta negoisasi harga produk tersebut dari Account team. Jika lancar maka produk akan dieksekusi jika tidak akan ada penyesuaian dengan tambahan response time satu minggu.	dengan menentukan sendiri paket dan harga yang sudah ditawarkan, sistem ini tidak memerlukan janji temu. Sehingga bussiness team dapat fokus dalam mengolah data agar sesuai dengan keinginan client
Information	terkadang informasi yang disampaikan client tidak relevan dengan tujuan untuk menghasilkan produk ataupun penyampaian informasi tidak lengkap sehingga saat datanya diolah, ternyata perlu penyesuaian kembali.	client dapat menginput informasi secara lengkap pada satu waktu saat submit data. Sehingga produk jasa yang diolah lebih cepat.
Economic	biaya tinggi untuk temu janji berulang dalam proses order agar menyesuaikan kebutuhan klien	menghilangkan biaya perjalanan
Control	rekam jejak manual menjadikan kelemahan dalam sistem ini, sehingga klient dapat berubah-ubah dalam memberikan pernyataan yang dapat melemahkan efisiensi pengerjaan produk	rekam jejak digital yang masuk menjadi dasar dalam mengolah data.
Efficiency	sangat tidak efisien karena janji temu fisik yang belum tentu mengambil order pada perusahaan	hanya client yang submit order yang akan dilayani.
Service	service dengan janji temu meningkatkan bonding dengan cleint, namun menurunkan efisiensi dalam kinerja terlebih bagi cleint dengan nominal rendah atau hanya ingin tahu saja (sebagai pembanding) layanan dan harga yang perusahaan tawarkan	tanpa janji temu, perusahaan masi dapat memberikan layanan yang baik dengan response time yang lebih cepat dan ketersediaan layanan yang lebih menjangkau.

DIAGRAM RANCANGAN SISTEM

Use Case Diagram Rancangan Sistem

UML digunakan sebagai alat permodelan utama yang berorientasi dengan objek untuk merancang sistem. Diagram yang digunakan untuk hasil rancangan kali ini adalah Use Case Diagram, Activity Diagram dan Sequence Diagram. Use Case Diagram digunakan dalam pemodelan rancangan sistem secara umum agar memudahkan setiap *user* yang terlibat dalam membaca kebutuhan *user* pada sistem serta implementasi dalam membangun aplikasinya. Dalam use case diagram hasil rancangan sistem, sistem yang dirancang menyediakan beberapa kemudahan fasilitas bagi *user* yang terlibat diantaranya *Customer*, Admin dan *Leader* pada perusahaan PT.Red eye Utama. Fasilitas bagi *Customer* tersebut adalah *View Paket Socmed*, *Persetujuan Order*, *Pembayaran*, *Progress Order*, yang dapat digunakan *customer* dalam memilih paket yang diinginkan dan sesuai dengan *budget customer* tanpa harus bernegosiasi panjang, hanya membutuhkan waktu yang singkat untuk memilih paket dan menyetujuinya.

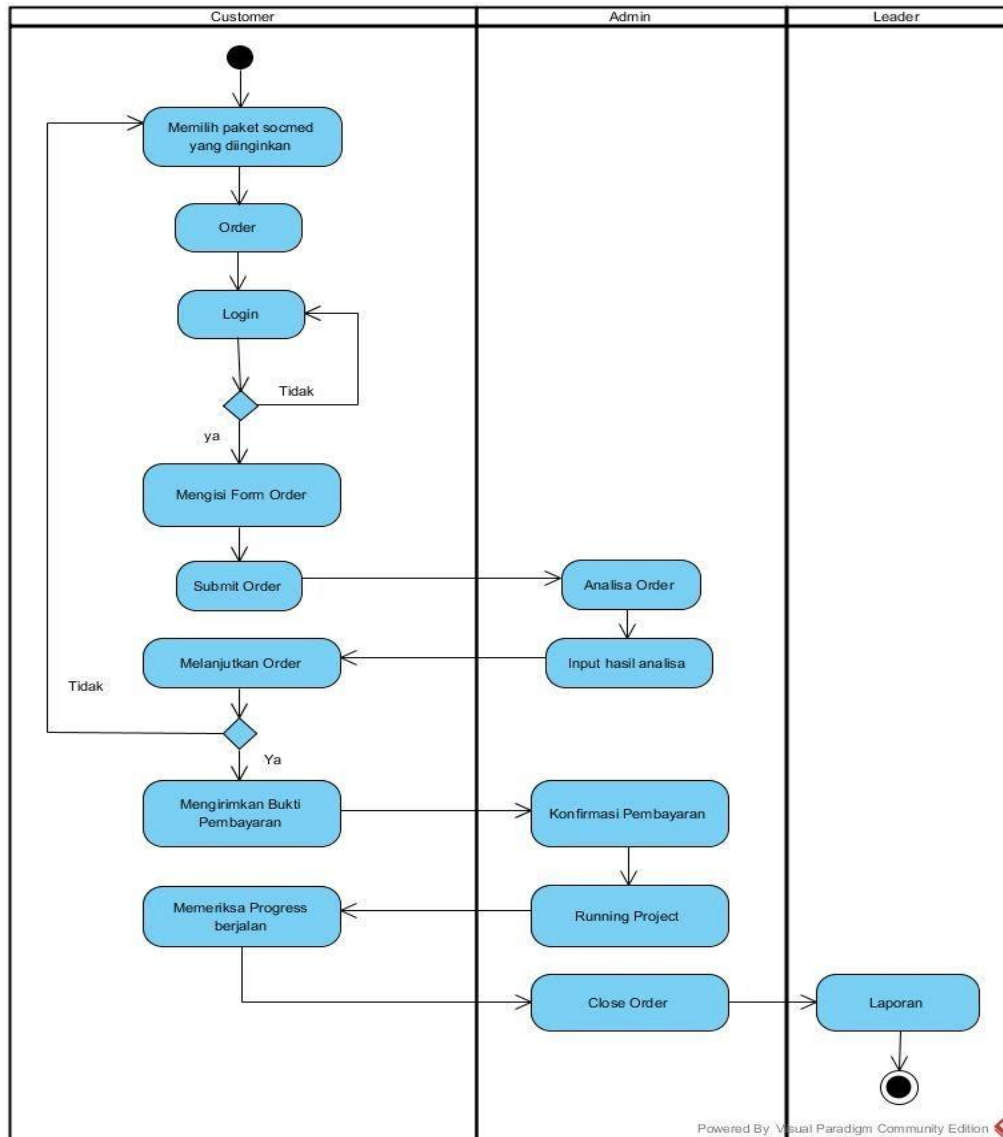
Customer juga bisa mengecek secara *real time* progress order yang dilakukan, kemudian kemudahan fasilitas pihak Admin adalah Admin bisa segera melakukan *analisa order* hasil pilihan dari *customer* yang sudah masuk secara *online*, serta fasilitas *Automatically Generate Report* yang mempersingkat waktu Admin dalam menyiapkan *laporan order* kepada *Leader*. Perhatikan Lihat Gambar 2 dibawah ini :



Gambar 2. Use Case Diagram Rancangan Sistem

Activity Diagram Rancangan Sistem

Pada Gambar 3 dibawah, *Customer* akan diminta login terlebih dahulu dan melakukan *register* jika belum memiliki akun. Setelah terdaftar, *customer* dapat melihat paket layanan ikan pada social media yang tersedia dan memilih sebuah kebutuhan dengan cara mengisi *form order*. *Form order* yang *submit* akan diolah dan dianalisa agar menghasilkan *output* yang sesuai dengan *input* data. Jika *customer* setuju dengan *output order* dan biayanya, *customer* dapat memberikan persetujuan *order* dan menginfokan konfirmasi pembayaran. Admin akan mengeksekusi produk jasa iklan pada media sosial sehingga proses *order* di-update menjadi status selesai. Admin akan memberika laporan kepada *Leader*.

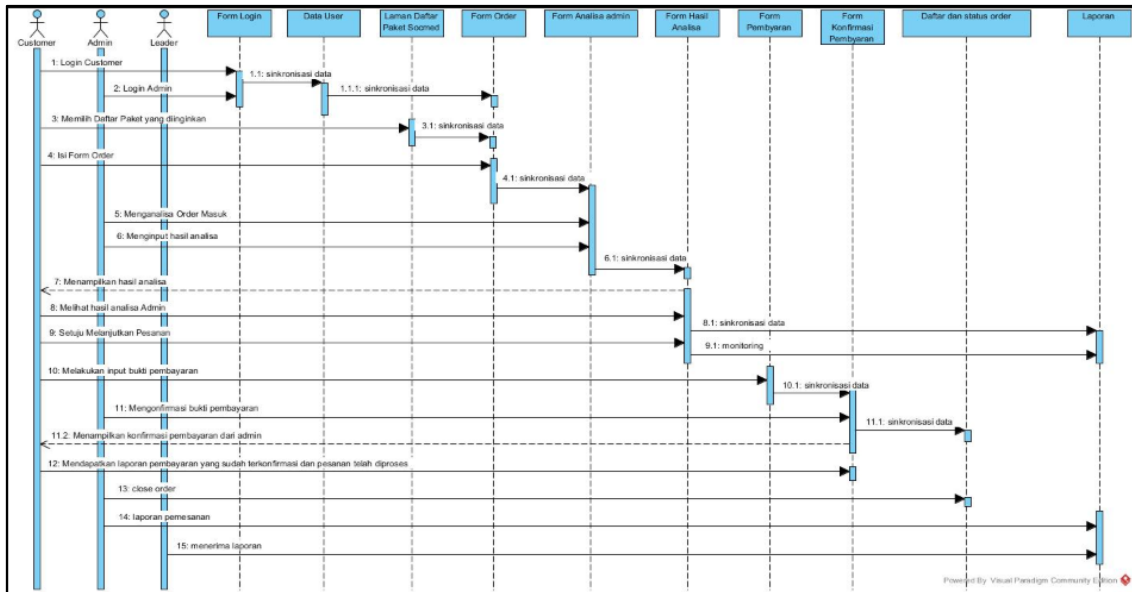


Gambar 3. Activity Diagram Rancangan Sistem

Sequence Diagram Rancangan Sistem

Sequence Diagram menggambarkan objek-objek yang akan menjadi kebutuhan *user* terhadap aplikasi sistem, agar sistem dibangun sesuai dengan *user requirement*. Berdasarkan fasilitas yang akan disediakan bagi semua *user*, maka disiapkan pula objek-objek yang akan digunakan dalam aplikasinya.

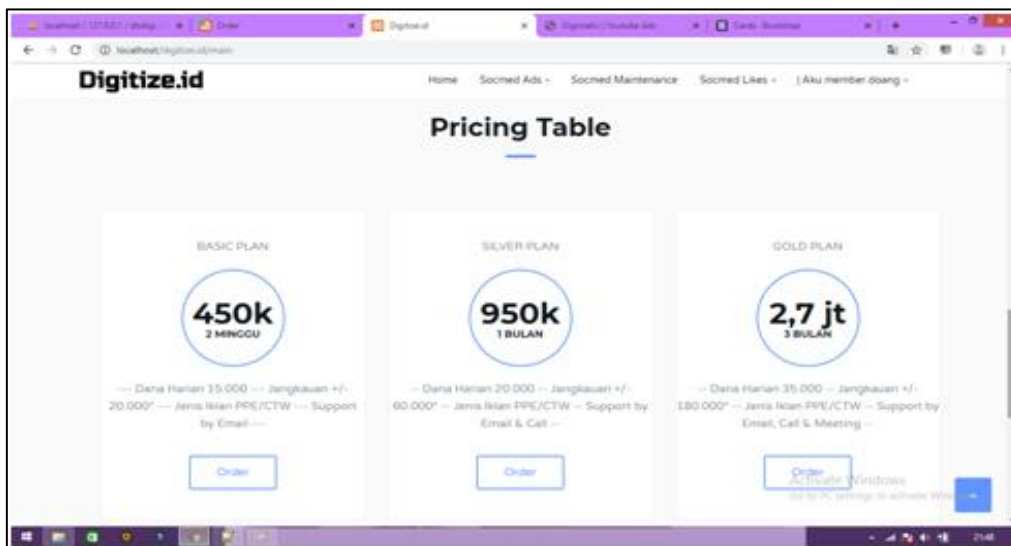
Terlihat pada Gambar 4 Sequence Diagram dibawah ini, terdapat beberapa objek yang akan digunakan antara lain *Form Login*, *Data User*, *Laman Daftar Paket Socmed*, *Form Order*, *Form Analisa Admin*, *Form Pembayaran*, *Form Konfirmasi Pembayaran*, *Daftar* dan status *Order* dan *Laporan*.



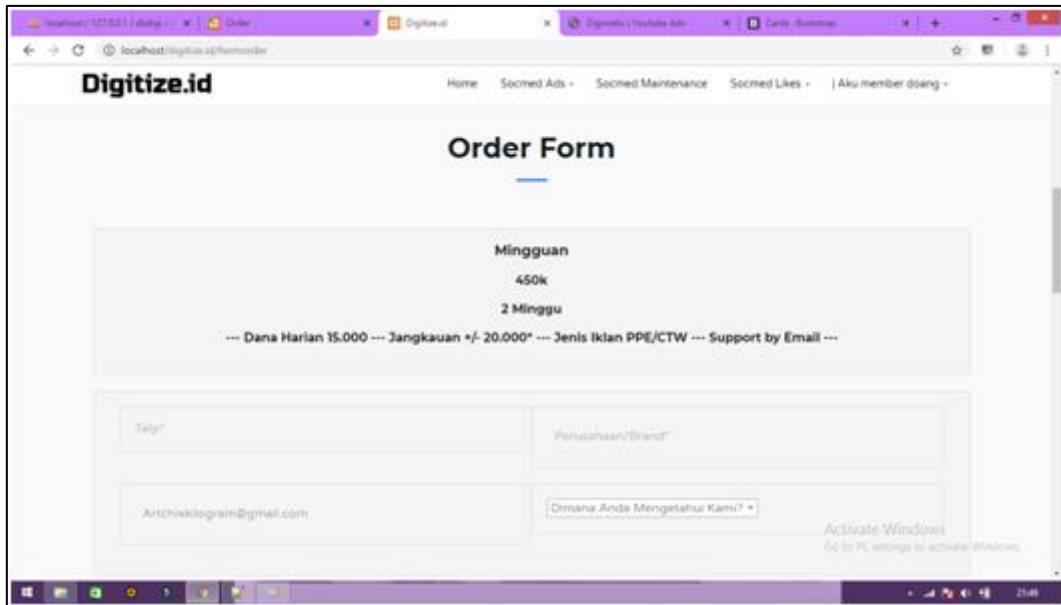
Gambar 4. Sequence Diagram Rancangan Sistem

IMPLEMENTASI

Hasil rancangan sistem kemudian diimplementasikan dalam bentuk aplikasi dengan tampilan beberapa objek aplikasi dibawah ini. Objek pertama pada Gambar 5 dibawah yaitu Daftar Harga Paket. Objek ini digunakan bagi *customer* untuk memilih paket yang diinginkan dan sesuai *budget*. Dengan memilih dan *submit* salah satu paket, artinya menyetujui tanpa perlu negosiasi panjang, tertera pada Gambar 6 yaitu *Objek Form Order*.

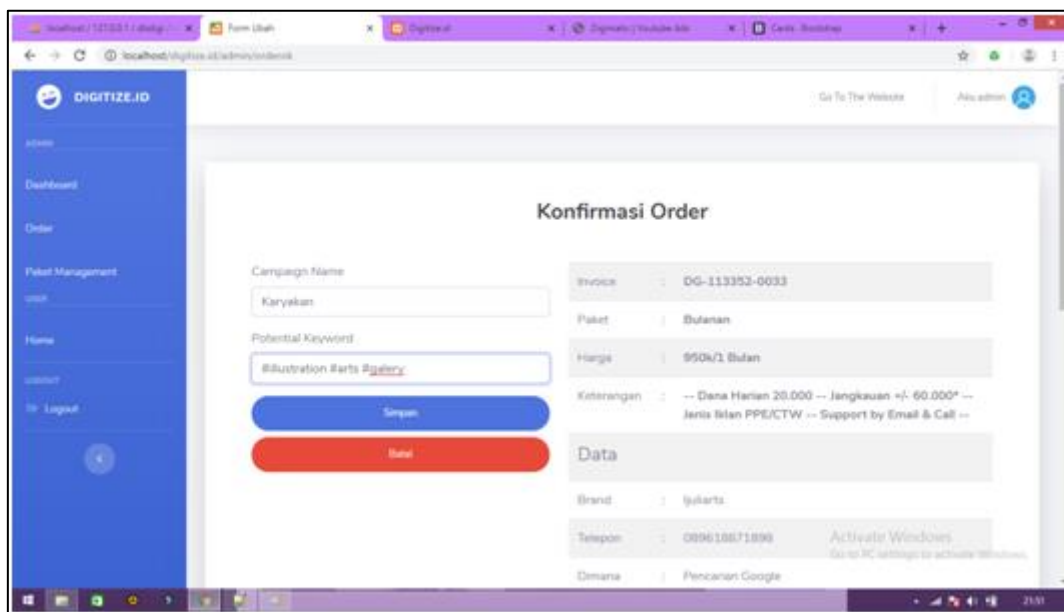


Gambar 5. Daftar Harga Paket

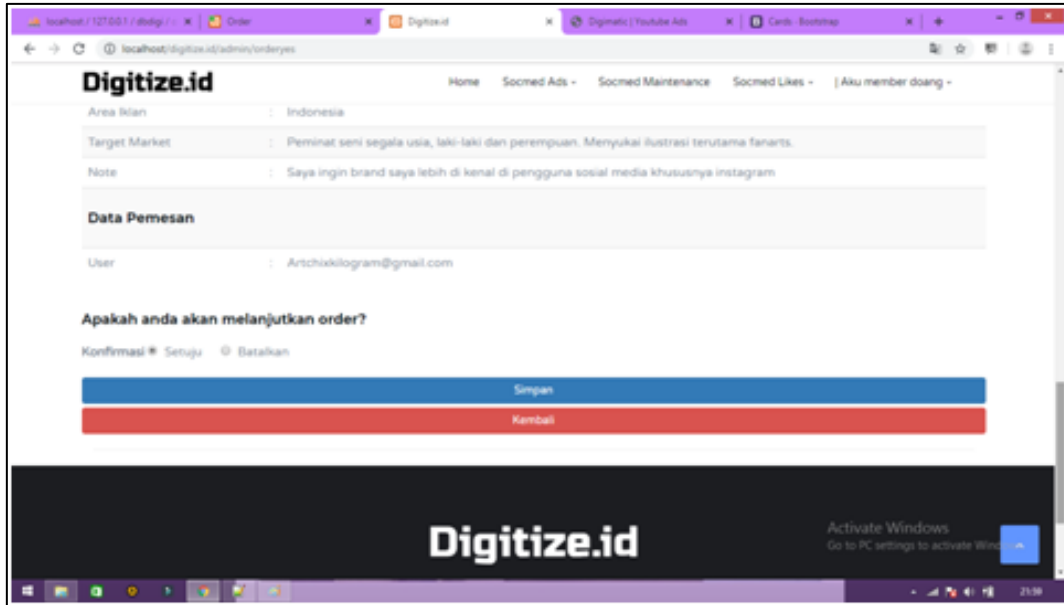


Gambar 6. Form Order

Submission yang dilakukan customer memudahkan pula bagi Admin untuk langsung melakukan analisa order untuk proses lebih lanjut (Gambar 7 dan Gambar 8).

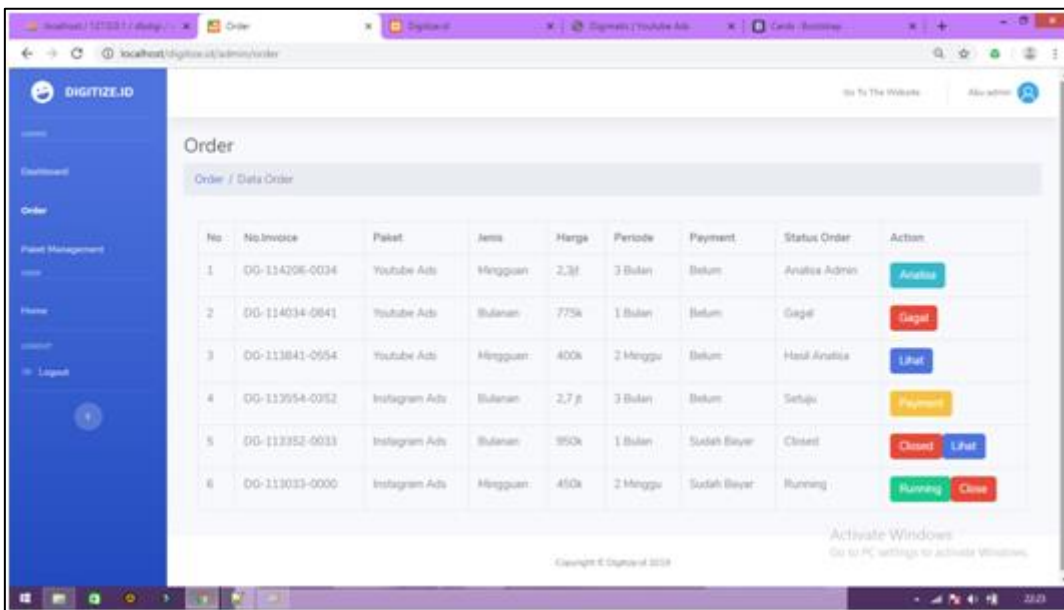


Gambar 7. Laman Konfirmasi Order



Gambar 8. Laman Hasil Analisa

Admin maupun *customer* dapat melihat setiap saat *status order* yang dilakukan oleh *customer*, seperti yang ditampilkan pada Gambar 9 dan Gambar 10.



Gambar 9. Laman Admin *Status Order*

No	No.Invoice	Paket	Jenis	Harga	Periode	Payment	Status Order	Action
1	DG-114206-0034	Youtube Ads	Mingguan	2,7jt	1 Bulan	Belum	Analisa Admin	Detail
2	DG-114034-0843	Youtube Ads	Bulanan	775k	1 Bulan	Belum	Gagal	Gagal
3	DG-113843-0554	Youtube Ads	Mingguan	400k	2 Minggu	Belum	Hasil Analisa	Hasil
4	DG-113554-0352	Instagram Ads	Bulanan	2,7 jt	1 Bulan	Belum	Setuju	Payment
5	DG-113352-0033	Instagram Ads	Bulanan	950k	1 Bulan	Sudah Bayar	Closed	Closed
6	DG-113033-0000	Instagram Ads	Mingguan	450k	2 Minggu	Sudah Bayar	Running	Running

Gambar 10. Laman Customer Status Order

4. Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis kinerja dari sistem yang berjalan dengan metode PIECES agar mengetahui secara spesifik kelemahan-kelemahan dari sistem yang saat ini berjalan, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem yang berjalan saat ini kurang efisien. Tidak semua perjanjian menghasilkan kesepakatan *order* dan terkadang ditemukan janji temu yang bernilai rendah tidak relevan dengan biaya perjalanan. Keinginan *customer* pun kadang berubah-ubah sehingga dapat memperlambat proses produksi jasa. Segala kelemahan tersebut menjadikan sistem yang berjalan tidak efektif dan efisien. Dengan mengimplementasikan Aplikasi Sistem Informasi *Sosial Media Advertise Maintenance*, maka PT. Red Eye Utama sebagai perusahaan penyedia layanan iklan menyediakan Sistem Informasi melalui media sosial, sehingga proses menjadi lebih efektif dan efisien.

5. Saran

Disarankan agar Aplikasi Sistem Informasi *Sosial Media Advertise Maintenance* yang telah dibuat dengan pendekatan *Object Oriented Methodolgy* ini dapat dikembangkan lebih lanjut lagi agar dapat memberikan manfaat dimasa yang akan datang, khususnya manfaat dalam bidang *Sosial Media Advertise*.

Daftar Pustaka

- [1] Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Prakoso, Ario., dkk. 2016. "Pengaruh Social Media Advertising Terhadap Word of Mouth dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (*Survey* pada Konsumen Cafe Mochimaco Malang yang Menggunakan Instagram)". Malang : Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 41 No.1 Desember 2016.

- [3] Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell, dan William Wells. 2009. "Advertising". Diterjemahkan oleh Tribowo B.S. 2011. Edisi 8. Jakarta: Kencana.
- [4] Prabowo, W. A. 2018. Pengaruh Digital Marketing Terhadap *Organizational Performance* dengan *Intellectual Capital* dan *Perceived Quality* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101>
- [5] Liesander, Indra dan Diah Dharmayanti. (2017). Pengaruh Digital *Marketing* Terhadap *Organizational Performance* dengan *Intellectual Capital* dan *Perceived Quality* Sebagai Variabel *Intervening* pada Industri Hotel Bintang Lima di Jawa Timur, *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol.2, No.4, pp. 1-13.
- [6] Hendini, Ade. 2016. "Permodelan UML Sistem Informasi Monitoring Penjualan Dan Stok Barang". Pontianak: *Jurnal Khatulistiwa Infomatika*. Vol.4, No. 2 Desember 2016 <https://bit.ly/2KAXIsG>.
- [7] Maimunah dkk. 2017. "Aplikasi Sistem *Order Online* Berbasis *Mobile* Android Pada *Outlet Pizza Hut Delivery*". *Jurnal SEMNASTEKNOMEDIA Online* Vol 5 No 1.
- [8] Samudra, Tamara. 2019 "Aplikasi Pendaftaran *Online* Berbasis *Website* Pada SMK Pena Nusantara". Tangerang : Universitas Raharja.