

# Sistem Informasi Manajemen Pemasaran untuk Order Pelanggan Berbasis Web

<sup>1</sup>Alifian Yuliarsono, <sup>2</sup>Muhammad Iqbal Hanafri, <sup>3</sup>Laras Amelia  
<sup>1,2,3</sup>Institut Teknologi dan Bisnis Bina Sarana Global, Tangerang, Indonesia

<sup>1</sup>alifianyuliarsono@gmail.com, alifian@global.ac.id, <sup>2</sup>miqbalhanafri@gmail.com  
<sup>3</sup>meliapermata31@gmail.com

## \*Penulis Korespondensi

Diajukan : 31/08/2025

Diterima : 14/09/2025

Dipublikasi : 01/10/2025

## ABSTRAK

Perusahaan tempat penelitian ini dilaksanakan, belum memiliki sistem yang terkomputerisasi dalam proses bisnis, terutama dalam pengelolaan data *order* pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah mempermudah pelanggan melakukan *order*, mempermudah karyawan melakukan pencarian data order tersebut, dan mempermudah karyawan dalam mengirim data-data yang perlu dilaporkan ke pimpinan perusahaan. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Pengumpulan Data menggunakan Metode Observasi, Metode Wawancara, *Literature Review*. Penelitian ini menggunakan PHP dan MySQL sebagai basis data. Peneliti menerapkan OOAD (*Object Oriented Analysis and Design*) yang menganalisis dan mendesain sistem dengan pendekatan berorientasi objek, dan analisis dilakukan dengan empat jenis diagram UML yaitu *use case diagram*, *activity diagram*, *sequence diagram*, *class diagram*. Metode pengembangan dalam pembuatan perancangan berbasis web menggunakan metode SDLC (*System Development Life Cycle*). Sistem Informasi yang telah disusun hasil penelitian ini, diharapkan lebih efektif dan efisien yang mudah digunakan oleh pengguna. Sistem tersebut dapat menyajikan data yang penting dalam perusahaan secara terkomputerisasi dan juga berbasis *online*, sehingga data tersebut dapat diakses oleh karyawan dimana saja dan kapan saja.

**Kata Kunci:** Data Order, Order Pelanggan, Sistem Informasi Manajemen

## I. PENDAHULUAN

Di era digitalisasi ini dunia pemasaran terus berkembang dengan pesat, strategi pemasaran menjadi bagian terpenting karena berhubungan langsung dengan tujuan perusahaan yang akan dicapainya. Manajemen pemasaran merupakan suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan, mengawasi kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tujuannya tercapai secara efektif dan efisien. Strategi pemasaran digital akan membantu pemasar untuk menganalisis konsumen dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh dari konsumen secara langsung. (Atina, Rahmawati, & Aisyah, 2022)

Persediaan merupakan elemen dari organisasi yang paling dinamis yang selalu bergerak mengikuti jumlah barang masuk yang harus dipesan dari pemasok dan barang keluar pada penjualan kepada pelanggan. Pengendalian persediaan yang tidak terkendali menyebabkan kekosongan barang yang berisiko terhadap kehilangan pelanggan namun jumlah barang

persediaan yang terlalu banyak menimbulkan biaya simpan semakin yang besar pula. (Rasyid, Tridinatasya, Istiningsih, & Widyawati, 2023)

Perkembangan teknologi informasi memberikan pengaruh positif untuk membantu menekan pengeluaran biaya dan memajukan efisiensi operasional perusahaan. Dengan proses informasi pelanggan yang tersimpan secara otomatis pada sistem dapat memaksimalkan kinerja perusahaan dan hubungan yang terjalin antara pelanggan dan perusahaan dapat terus terjaga dengan baik. UML (Unified Modelling Language) untuk metode perancangan, bahasa pemrograman PHP (Hypertext Preprocessor) dan database MySQL, pada rancangan sistem informasi berbasis *web*, memudahkan pelanggan melakukan *booking service*, memudahkan admin membuat *work order* dan nota pembayaran serta menghasilkan laporan. (Aisyah, Anjani, & Syahrhani, 2022)

Pada perusahaan tempat penelitian ini, PT Mitra Agung Elektrindo, Jakarta Barat, belum memiliki sistem yang terkomputerisasi dalam proses bisnis perusahaan tersebut, terutama dalam pengelolaan data *order* pelanggan. Proses *order* masih menggunakan *email* perusahaan. Proses rekap data *order* menggunakan *Microsoft Excel* secara manual. Proses tersebut tidak efektif dikarenakan dapat mengakibatkan *order* pelanggan terlewat dan dapat terjadi kesalahan input data oleh karyawan pada saat merekap data *order* secara manual dengan *Microsoft Excel* sehingga perhitungan dan pelaporan data tidak tercatat dengan baik. Oleh karena itu peneliti membantu dan mempermudah pelanggan dan admin dalam proses *order* barang, dengan menyusun sistem informasi berbasis *web*.

## II. STUDI LITERATUR

Manajemen pemasaran adalah kunci dari kelangsungan bisnis organisasi dengan menjalankan fungsinya sebagai proses pelaksanaan, dan penetapan seluruh aspek suatu produk pada saat awal sebelum diedarkan ke masyarakat. Manajemen pemasaran mengidentifikasi dan memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pelanggan sehingga dapat menguntungkan perusahaan. Selain itu, perusahaan juga dapat mengerti apakah produk yang banyak diminta oleh pasar, menarik pelanggan baru, dan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan terus menawarkan kualitas produk yang sesuai dengan pasar sasaran. Manajemen pemasaran juga bertugas sebagai salah satu pengawas produk yang sedang dipasarkan. Setiap perusahaan pasti melakukan proses manajemen pemasaran. Proses inilah yang menjadikan barang dari produsen dapat sampai ke tangan konsumen. Perlu adanya strategi khusus dalam menjalankan proses ini. Fokus kegiatan ini adalah konsumen. Pelayanan konsumen diperhatikan sebaik mungkin demi mencapai keberhasilan pemasaran. Strategi yang biasa digunakan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*). Faktor-faktor bauran pemasaran, antara lain: 4p (*product, price, place, promotion*). Selanjutnya mengalami perluasan menjadi 7p (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) dan bahkan di sisi konsumen ada 4c (*customer value, cost, convenience, communication*). Dengan memahami konsep dasar dari bauran pemasaran dan perluasannya, perusahaan akan mencapai kesuksesan finansial bisnis. (Musfar, 2020)

Strategi pemasaran adalah suatu tata cara atau prosedur pemasaran yang terencana dan terstruktur yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Seiring dengan perkembangan perusahaan sejenis, persaingan tidak dapat dihindarkan. Untuk menghadapi persaingan ini, pemasaran suatu perusahaan terhadap produknya memerlukan suatu proses pemahaman situasi internal perusahaan maupun lingkungan eksternal dimana perusahaan akan bersaing. (Pradita Putri, Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto, 2022)

Pada perkembangan bisnis, *website* akan mendukung promosi dalam pemasaran pada dunia era digital. Permasalahan yang dihadapi pada sistem pemasaran adalah pemasaran yang lebih baik diperlukan secara antusias bahwa pelanggan luar kota dapat membeli suatu produk tanpa kesulitan akibat jarak yang jauh. Oleh karena itu sistem informasi memungkinkan pelanggan yang

berjarak jauh bisa memperoleh informasi alamat penjual, daftar produk beserta gambarnya, dan melakukan transaksi pembelian. (Nurninawati, Effendy, & Rianputra, 2022)

Strategi pemasaran digital akan efektif tergantung pada kemampuan *website* yang dipromosikan. *Website* yang mudah digunakan, tersusun rapi, bisa optimum dengan perangkat *mobile*, dapat meningkatkan hubungan pelanggan, menaikkan *rating* dan akhirnya meningkatkan penjualan..(Sharma & Tripathi, 2023)

*Group order* adalah tempat bertemunya pelanggan yang berbelanja di toko. Masalah yang dihadapi adalah kurangnya sistem informasi *multi-drop* nasional, yang mempersulit manajemen penjualan bagi penjual. Efisiensi waktu juga merupakan masalah besar, sehingga membangun sistem informasi berbasis *web* sangat penting, yang memudahkan proses transaksi. Metode waterfall yang merupakan metode pengembangan sistem, terdiri dari analisis, desain, implementasi, pengujian dan pemeliharaan. (Chandra, Wibawa, & Buana, 2024)

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan yang disertai dengan adanya berbagai pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengamati dan meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi kemudian digunakan untuk membuktikan kebenaran dari desain penelitian yang sedang dilakukan.(Abdhul, 2022)

Sistem Informasi adalah bahan dasar pengambilan keputusan dalam kegiatan pemasaran. Informasi bagi usaha kecil dikelola dengan mudah, sederhana dan informal, sehingga usaha kecil sering tidak memiliki unit kerja yang mengelola informasi bagi dalam pengumpulan, pengolahan maupun distribus. Riset Pemasaran adalah identifikasi, pengumpulan, analisis dan penyebar luasan informasi secara sistematis dan obyektif dengan tujuan untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan identifikasi dan pemecahan masalah dan peluang dalam bidang pemasaran. Karena pendapatan meningkat, pembeli menjadi lebih selektif dalam memilih barang. Untuk meramal tanggapan pembeli terhadap fitur, gaya, atribut lain yang berbeda- beda, penjual harus beralih ke riset pemasaran.(Iqbal, Manurung, Dongoran, Amalita, & Suhairi, 2022)

Perkembangan teknologi saat ini sangat membantu manusia untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Perancangan sistem dilakukan dengan menggunakan pemodelan *Unified Modeling Language (UML)*. *UML* adalah bahasa grafik/visualisasi yang digunakan untuk memvisualisasikan, mendefinisikan, membangun, dan mendokumentasikan sistem pengembangan perangkat lunak berbasis berorientasi objek. Pemodelan perancangan sistem aplikasi alonet ini memodelkan beberapa diagram *UML*, antara lain use case, activity diagram, dan sequence diagram, dan class diagram.. Sistem dirancang menggunakan pemodelan diagram *UML* untuk menggambarkan kebutuhan sistem dan pekerjaan yang dapat diselesaikan. Selain itu, pemodelan ini juga menghasilkan antarmuka pengguna aplikasi.(Nabila, Putri, Hafizhah, Rahmah, & Muslikhah, 2021)

Prioritas keperluan perangkat lunak adalah keperluan pengembangannya. *Use case diagram* merupakan pendekatan yang sangat berguna untuk hal ini. *Use case diagram* digunakan untuk menentukan peringkat *use case* untuk memperoleh nilai bisnis berdasarkan kriteria teridentifikasi.. (Odeh & Al-Saiyd, 2023)

Dengan bantuan teknologi seperti aplikasi, model pengembangan perangkat lunak *Waterfall* meliputi analisis sistem, desain sistem, pengkodean, dan pemeliharaan. Aplikasi yang dirancang menggunakan bantuan *use case diagram* dan *activity diagram*. (Pebriadi, Salman, & Fattah, 2023)

*Sequence diagram* menunjukkan bagaimana kejadian atau aktivitas dalam use case dipetakan ke dalam operasi pengkelasan objek dalam *class diagram*. Penerimaan secara umum bahwa

*sequence diagram* dapat diatributkan pada hubungan alam intuisi dan kemampuan yang menggambarkan kegiatan parsial. (Al-Fedaghi, 2021)

Dalam pembuatan sebuah *software* haruslah dianalisis apakah *software* tersebut sudah kompleks dalam menyelesaikan masalah atau belum, karena banyak *software* yang ada kurang bermanfaat untuk pengguna atau tidak bisa diimplementasikan dalam permasalahan yang dihadapi pengguna. Untuk menganalisis kompleksitas *software* ini, dibutuhkan *class diagram* untuk menggambarkan alur program. (Paradis, Robert Yusuf, Farhanudin, & Ainul Yaqin, 2022)

Kehadiran teknologi berbasis komputer di berbagai bidang sangat banyak memberikan kemudahan yang berarti. Sehingga setiap kegiatan yang berhubungan dengan jalannya usaha akan lebih cepat dan tepat. Pembelian dan penjualan terbatas serta penyimpanan data yang masih manual menuntut untuk dibuatkan rancangan berbasis *website* dan penyimpanan data yang terkomputerisasi. Oleh karena itu diperlukan suatu sistem komputerisasi yang dapat menanggulangi proses penjualan dan pembelian serta penyimpanan data sehingga penjualan dan pembelian bisa mencakup wilayah yang lebih luas serta data lebih aman. Maka digunakan metode *customer relationship management* yaitu manajemen hubungan pelanggan yang mengatur dan mencari cara bagaimana agar bisa memuaskan konsumen sehingga konsumen lebih luas dan menerapkannya ke *website* yang bisa membuat proses jual beli lebih luas. Sistem ini mengelola data barang, data jual beli, dan data konsumen. Hasil perancangan diimplementasikan ke dalam bahasa pemrograman PHP dan *database* MySQL. Sistem ini dapat memudahkan konsumen untuk berbelanja barang-barang serta memudahkan pemiliknya untuk menyimpan dan mengolah data-data yang ada. (Irawan & Merdekawati, 2022)

### III. METODE

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah kualitatif.

#### Metode Pengumpulan Data

##### Metode Observasi :

Dalam melakukan pengumpulan data penulis melakukan pengamatan secara langsung untuk melihat dan mencatat unsur-unsur yang diteliti, serta menganalisis sistem yang sedang diterapkan.

##### Metode Wawancara :

Melakukan sesi tanya jawab dengan pihak terkait guna memastikan penelitian yang dilakukan berjalan efektif, serta memahami masalah yang dihadapi saat menggunakan sistem manual.

##### *Literature Review* :

Peneliti mempelajari buku-buku dan jurnal yang berhubungan dengan proses pengelolaan data.

#### Metode Analisis dan Rancangan

##### Metode Analisis :

Penelitian ini menggunakan PHP dan MySQL sebagai basis data sesuai dengan ketentuan yang berlaku. PHP, yang merupakan singkatan dari *Hypertext Preprocessor*, adalah bahasa pemrograman yang banyak digunakan dalam pembuatan dan pengembangan situs *web*, dan dapat digunakan bersamaan dengan HTML.

##### Metode Rancangan :

Untuk merancang penelitian ini, penulis menerapkan *OOAD (Object Oriented Analysis and Design)* yang menganalisis dan mendesain sistem dengan pendekatan berorientasi objek. Metode ini dipilih karena fokusnya pada objek pengguna, sehingga desain yang dihasilkan mudah dipahami oleh konsumen, memenuhi kebutuhan, dan meningkatkan efisiensi. Analisis dilakukan dengan empat jenis diagram UML yaitu : *use case diagram*, *activity diagram*, *sequence diagram*, *class diagram*.

#### Metode Pengembangan dalam pembuatan perancangan

Sistem informasi pengelolaan data order customer berbasis *web* menggunakan metode *SDLC* (*System Development Life Cycle*) untuk pengerjaan suatu sistem tersusun dengan rapi sehingga lebih efektif serta menyesuaikan apa yang diinginkan pengguna.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

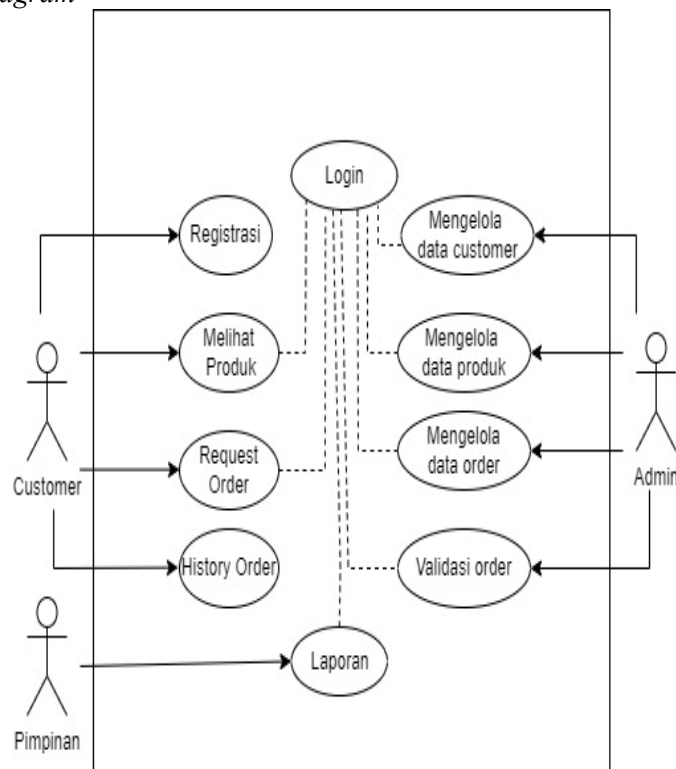
Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang dilakukan pada sistem yang berjalan di PT Mitra Elektrindo menunjukkan terdapat beberapa masalah dan kendala yang terjadi salah satunya pengelolaan data *order* pelanggan masih menggunakan *Miscrosoft Excel* yang dinilai kurang efektif karena masih mudah terjadinya kesalahan. Jika salah dalam penginputan data *order* maka dapat mempengaruhi data barang yang dipesan dengan data barang yang akan diproduksi. Selain timbul perbedaan data, maka dapat menghambat proses pengiriman barang kepada pelanggan. Oleh karena itu maka penulis mengajukan usulan sistem yang baru yang diharapkan dapat membantu mengurangi kesalahan atau masalah-masalah yang timbul pada saat ini.

Prosedur usulan yang telah di rancang yaitu berisi perancangan sistem informasi pengelolaan data *order* pelanggan dengan metode berbasis objek pada PT Mitra Agung Elektrindo. Perancangan sistem yang dibuat menggunakan *UML* (*Unified Modelling Language*) dan menggunakan bahasa pemrograman PHP yang berbasis *web* dengan sistem aplikasi *database* menggunakan MySQL.

##### Diagram Rancangan Sistem

Berikut adalah diagram-diagram dalam perancangan sistem yang dibangun. Terdiri dari 4 model diagram dalam penerapan UML, diantaranya sebagai berikut:

##### 1. Use Case Diagram



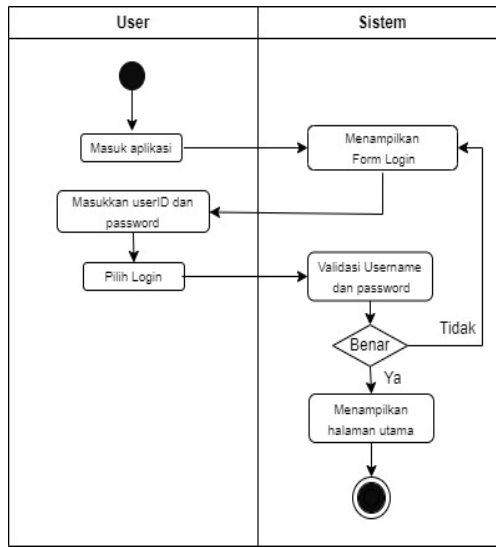
Gambar 1. Usecase Diagram yang Diusulkan

Berdasarkan Gambar 1 *Use Case Diagram* yang diusulkan terdapat:

- 1 (satu) Sistem yang mencakup seluruh proses sistem informasi *request order* dan rekap data *order*.
2. 3 (tiga) Actor yang melakukan kegiatan, yaitu admin, *customer*, dan pimpinan.

3. 10 (sepuluh) Use Case yang bisa dilakukan oleh pengguna.

2. Activity Diagram

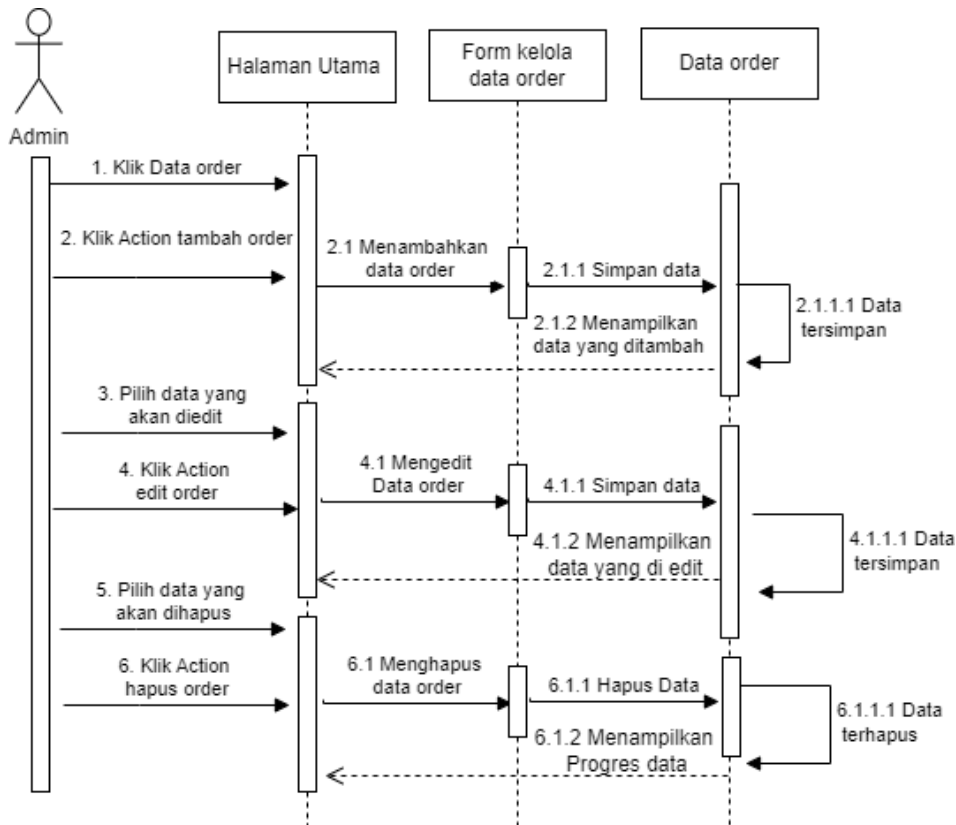


Gambar 2. Activity Diagram Login

Berdasarkan gambar 4.3 Activity Diagram Login terdapat:

- 2 Vertical Swimlane, yang digunakan sebagai actor dan system.
- 1 Initial Node, Objek yang diawali.
- 6 Action State dari sistem yang mencerminkan eksekusi dari suatu aksi.
- 1 Decision Node, aliran yang menentukan pilihan.
- 1 Activity Final Node, Objek yang diakhiri.

3. Sequence Diagram

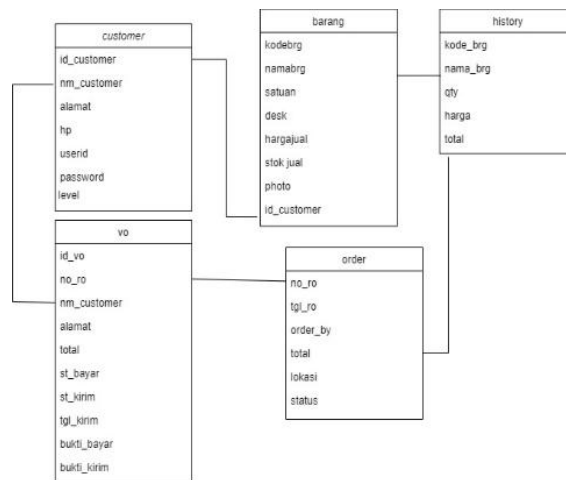


Gambar 3. Sequence Diagram Kelola Data Order

Berdasarkan Gambar 3. *Sequence Diagram* Kelola Data Order terdapat:

- a. 1 *Actor* yang memulai kegiatan yaitu Admin.
- b. 3 *Lifeline* antar muka yang berinteraksi.
- c. 12 *Message* spesifikasi dari komunikasi antar objek yang memuat informasi-informasi tentang aktifitas yang terjadi kegiatan yang biasa dilakukan oleh *actor*.
- d. 3 *Recurcive message* sebuah pesan yang mendefinisikan komunikasi tertentu antara *lifeline* dari sebuah interaksi yang menargetkan aktivasi diatas aktivasi tempat itu berasal.
- e. 3 *Return message* mendefinisikan komunikasi tertentu antara *lifeline* dari sebuah interaksi yang mewakili informasi yang dikirim kembali ke pengirim pesan atau pemanggil berdasarkan pesan sebelumnya.

#### 4. Class Diagram



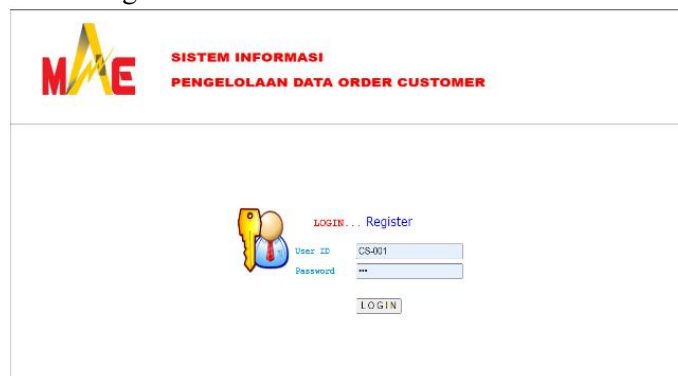
Gambar 4. *Class Diagram Login*

Berdasarkan gambar 6 class diagram yang diusulkan terdapat:

1. 5 (lima) *class*, sebagai tabel yang di dalamnya terdapat atribut-atribut.
2. 5 (lima) *multiplicity*, hubungan antara objek satu dengan objek lainnya yang mempunyai nilai.

#### Rancangan Tampilan Sistem

##### 1. Tampilan Halaman Login



Gambar 5. Tampilan Halaman *Login*

Pada halaman login admin diharuskan untuk memasukkan userid dan password untuk dapat memasuki halaman dashboard admin

2. Tampilan *Request Order*

Gambar 6. Tampilan Halaman *Request Order*

Pada Halaman *Request Order* dapat mengisi formulir *request order* untuk memulai sebuah pemesanan barang.

3. Tampilan Data Barang

Kode	Nama	Satuan	Harga Jual	Stok Jual	Photo	Actions
BR-005	PANEL TRANSFER PUMP	Unit	2500000	5		Edit Detail Delete
BR-004	PANEL SUBMERSIBLE PUMP	Unit	2900000	4		Edit Detail Delete
BR-003	Panel WWTP Air Sungai	Unit	21580000	6		Edit Detail Delete
BR-002	PANEL FILTER PUMP	Unit	5550000	5		Edit Detail Delete
BR-001	PACKAGED BOOSTER PUMP VSD)	Unit	5000000	1		Edit Detail Delete

Gambar 7. Tampilan Halaman Data Barang

Terdapat data barang untuk dikelola admin dan dilihat *customer* pada saat ingin *request order*.

V. KESIMPULAN

Sistem dirancang menggunakan Analisis perancangan sistem berbasis objek atau *OOAD (Object Oriented Analysis Design)*, perancangan sistem menggunakan *UML (Unified Modelling Language) diagram*, dengan bahasa pemrograman PHP untuk membuat perangkat lunak serta penyimpanan *database* menggunakan MySQL dan XAMPP.

Sistem ini dirancang untuk mempermudah dalam *order* barang dan rekap data *order*. Sistem yang dirancang diharapkan lebih efektif dan efisien yang mudah digunakan oleh pengguna.

Perusahaan diharapkan melakukan pelatihan kepada admin terkait sistem ini agar dapat menjalankan sistem dengan baik, melakukan pemeliharaan dan *back up* data pada *website* secara terjadwal untuk menghindari kehilangan data pada sistem, serta mengembangkan sistem yang sudah ada dengan memperluas ruang lingkup sistem menjadi lebih luas dan dapat diimplementasikan pada *web*.

## VI. REFERENSI

- Abdhul, Y. (2022). Metode Observasi: Pengertian, Macam dan Contoh. *Deepublish Store*. Retrieved from <https://deepublishstore.com/blog/metode-observasi/>
- Aisyah, E. S., Anjani, R. D., & Syahriani, Y. N. (2022). Perancangan Sistem Informasi Booking Service Berbasis Web Pada PT. Srikandi Diamond Motors. *Journal Sensi*, 8(2), 131–140. <https://doi.org/10.33050/sensi.v8i2.2413>
- Al-Fedaghi, S. (2021). UML Sequence Diagram: An Alternative Model. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 12(5), 635–645. <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2021.0120576>
- Atina, V. Z., Rahmawati, A. I., & Aisyah, A. (2022). PEMBINAAN MANAJEMEN ONLINE MARKETING UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENDAFTAR SEKOLAH SELFA. *Jurnal Abdi Insani*, 9(4), 1226–1236. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i4.592>
- Chandra, M. L., Wibawa, K. S., & Buana, P. W. (2024). Sistem Informasi Berbasis Web Untuk Pemesanan Barang Korea Pre-Order (Studi Kasus Grup Order). *JITTER: Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Komputer*, 4(3), 2019. <https://doi.org/10.24843/jtrti.2023.v04.i03.p09>
- Iqbal, M. I., Manurung, F. E., Dongoran, S., Amalita, R., & Suhairi, S. (2022). Sistem Informasi Global dan Riset Pasar. *Journal of Social Research*, 1(6), 513–517. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i6.111>
- Irawan, D., & Merdekawati, P. M. (2022). Penerapan Customer Relationship Management Analytical Menggunakan Query analyzer pada penjualan berbasis Online. *JEJARING: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika*, 7(1), 25–37. <https://doi.org/10.25134/jejaring.v7i1.6746>
- Musfar, T. F. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam... - Google Books. *Media Sains Indonesia*, p. 203. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Buku\\_Ajar\\_Manajemen\\_Pemasaran\\_Bauran\\_Pem/CZUDEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Marketing+mix+adalah&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran_Bauran_Pem/CZUDEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Marketing+mix+adalah&printsec=frontcover)
- Nabila, S., Putri, A. R., Hafizhah, A., Rahmah, F. H., & Muslikhah, R. (2021). Pemodelan Diagram UML Pada Perancangan Sistem Aplikasi Konsultasi Hewan Peliharaan Berbasis Android (Studi Kasus: Alopét). *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(2), 130–139. <https://doi.org/10.47927/jikb.v12i2.150>
- Nurninawati, E., Effendy, M. Y., & Rianputra, A. M. (2022). Web-Based Product Marketing Information System Design at Definier Store. *International Journal of Cyber and IT Service Management*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.34306/ijcitsm.v3i1.90>
- Odeh, Y., & Al-Saiyd, N. (2023). Prioritizing Use Cases: A Systematic Literature Review. *Computers*, Vol. 12. <https://doi.org/10.3390/computers12070136>
- Paradis, C. N., Robert Yusuf, M., Farhanudin, M., & Ainul Yaqin, M. (2022). Analisis dan Perancangan Software Pengukuran Metrik Skala dan Kompleksitas Diagram Class. *Journal Automation Computer Information System*, 2(1), 58–65. <https://doi.org/10.47134/jacis.v2i1.40>
- Pebriadi, M. S., Salman, P., & Fattah, T. K. (2023). IMPLEMENTASI USE CASE DIAGRAM

---

DAN ACTIVITY DIAGRAM DALAM PERANCANGAN APLIKASI KALKULATOR PAJAK BAGI UMKM. *MULTITEK INDONESIA*, 17(1), 44–58. <https://doi.org/10.24269/mtkind.v17i1.6024>

Pradita Putri, B., Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto. (2022). IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN PADA PENGEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 19(2), 209–220. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol19.iss2.art2>

Rasyid, R. M. A. K., Tridinatasya, L., Istiningsih, I., & Widyawati, R. (2023). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PERSEDIAAN BARANG MENGGUNAKAN METODE ECONOMIC ORDER QUANTITY PADA APOTEK MANDIRI YOGYAKARTA. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 4(2), 158–162. <https://doi.org/10.24076/joism.2023v4i2.934>

Sharma, H., & Tripathi, K. (2023). The Importance of Website Usability in Digital Marketing- A Review. *International Journal of Innovative Research in Computer Science and Technology*, 11(3), 27–31. <https://doi.org/10.55524/ijirest.2023.11.3.5>