

Sistem Informasi Pemasaran Perumahan Green Pakis Regency Berbasis Web

Web-Based Green Pakis Regency Residential Marketing Information System

Linda Suvi rahmawati¹, Andri prasetyo², Jauharul Maknunah³, Lia Mahdiana Safitri⁴

^{1,2,3}D3-Sistem Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita

*e-mail: linda@stimata.ac.id¹, andri@stimata.ac.id², jauharul@stimata.ac.id³, lia@stimata.ac.id⁴

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
06.06.2023	17.06.2023	27.06.2023	30.06.2023

Abstract: Green Pakis Regency is one of the real estates developed by PT. Altofindo Sentosa which is in the district of Malang. The media used as a promotional tool is still conventional, namely by using billboards and brochures which cause information to be limited to the public in a small scope. With the development of online marketing and sales transaction sites (E-Commerce), it is necessary to have a web-based marketing information system so that the marketing process can be reached by the community in a wider scope. From the results of the analysis of the problems that occur, a Web-Based Green Pakis Regency Housing Marketing Information System will be built.

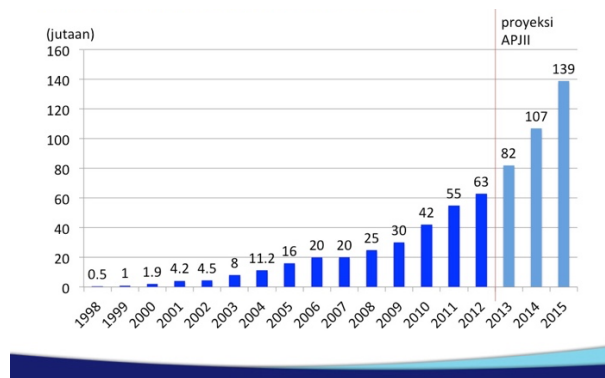
Keywords: E-commerce, Sistem Informasi, Pemasaran

Abstrak: Green Pakis Regency merupakan salah satu real estate yang dikembangkan oleh PT. Altofindo Sentosa yang berada di wilayah kabupaten Malang. Adapun media yang digunakan sebagai alat promosi ialah masih bersifat konvensional yaitu dengan menggunakan baliho dan brosur yang menyebabkan informasi hanya terbatas pada masyarakat dalam lingkup kecil. Dengan berkembangnya situs transaksi pemasaran dan penjualan online (E – Commerce) maka perlu adanya sebuah sistem informasi pemasaran berbasis web agar proses pemasaran dapat terjangkau pada masyarakat dalam lingkup yang lebih luas. Dari hasil analisis permasalahan yang terjadi, maka akan dibangun sebuah Sistem Informasi Pemasaran Perumahan Green Pakis Regency Berbasis Web.

Kata kunci: E-commerce, Sistem Informasi, Pemasaran

1. PENDAHULUAN

Sistem Informasi Pemasaran *Online (E-Commerce)* di Indonesia saat ini dapat menjadi sesuatu yang menjanjikan khususnya bagi suatu perusahaan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya jumlah pengguna internet yang kian bertambah. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2013 mengemukakan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 82 juta dan pada tahun 2015 angka ini naik menjadi 139 juta. Berikut grafik perkembangan statistik pengguna internet di Indonesia dari tahun 1998 hingga 2015.



Gambar 1.1: Indonesia Internet Users

Perkembangan situs *E-Commerce* di Indonesia dimulai sejak tahun 1996 bersamaan dengan berdirinya Dyviacom Intrabumi atau D-Net sebagai perintis transaksi *online*. Sekitar 3 tahun terakhir berbagai perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang properti (*developer*) mulai mencoba menawarkan produknya dengan menggunakan media *website*.

PT. Altofindo Sentosa (PT. AS) merupakan *developer* dari perumahan *Green Pakis Regency* yang berada di wilayah kabupaten Malang. Sebagai media promosi PT. AS menggunakan brosur, baliho dan radio. Sehingga informasi hanya terbatas pada masyarakat dalam lingkup yang kecil, hal ini terlihat pada kinerja pemasaran untuk perumahan *Green Pakis Regency* dari 25 unit hingga saat ini baru terjual sebanyak 60% atau 15 unit. Untuk meningkatkan kinerja pemasaran, maka perlu adanya perubahan terhadap media konvensional, salah satunya dengan menggunakan internet sebagai media promosi.

Green Pakis Regency merupakan salah satu real estate yang dikembangkan oleh PT. Altofindo Sentosa yang berada di wilayah kabupaten Malang. Adapun media yang digunakan sebagai alat promosi ialah masih bersifat konvensional yaitu dengan menggunakan baliho dan brosur yang menyebabkan informasi hanya terbatas pada masyarakat dalam lingkup kecil. Dengan berkembangnya situs transaksi pemasaran dan penjualan online (E – Commerce) maka perlu adanya sebuah sistem informasi pemasaran berbasis web agar proses pemasaran dapat terjangkau pada masyarakat dalam lingkup yang lebih luas.

Oleh karena itu pada penelitian ini akan dibangun sebuah Sistem Informasi Pemasaran Perumahan *Green Pakis Regency* berbasis *Web* yang bertujuan untuk memudahkan *developer* dalam proses pemasaran. Sehingga diharapkan akan meningkatkan hasil penjualan pada perumahan yang dikembangkan. Berdasar pada permasalahan yang ada, maka untuk perancangan *interface* dan pengkodean dalam penelitian ini menggunakan *Framework CodeIgniter*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Empiris

Irfan Fadmana (2010) Penelitian ini membahas tentang “ Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Berbasis *Web* Pada CV. IHYAA & CO”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan sistem informasi pemasaran berbasis *web* pada CV. IHYAA & CO secara terkomputerisasi, membantu perusahaan dalam pendokumentasian data-data yang berhubungan dengan kemajuan kegiatan pemasaran, dan menjadi basis data yang dapat menyimpan dan mengakses data secara *realtime*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan metode pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini adalah SIP berbasis *Web* ini mempermudah pihak Manajer dalam hal pengawasan aktifitas pemasaran dan penjualan yang bisa dijadikan acuan evaluasi kinerja pemasaran, SIP berbasis *Web* ini membantu dalam hal pendataan kedalam bentuk *database* hingga dapat diakses secara *realtime*, dan membantu Manajer dalam mendapatkan laporan secara *realtime*.

Shaker Turki Ismail (2011) Penelitian ini tentang “*The Role of Marketing Information System on Decision Making "An Applied study on Royal Jordanian Air Lines 10 (RJA)"*”, dalam *International Journal of Business and Social Science* Vol. 2 No. 3. Penelitian ini bertujuan untuk menyoroti makna dan pentingnya menggunakan sistem informasi pemasaran (*Marketing Information System/ MKIS*) dari pengambilan keputusan, dengan menjelaskan kebutuhan untuk pengambilan keputusan yang cepat dan efisien karena menghemat waktu dan mencegah duplikasi pekerjaan. Metode penelitian empiris atau kuantitatif dievaluasi oleh para ahli khusus, dengan pengambilan data dengan kuesioner. Menggunakan Analisis korelasi untuk menguji validitas prosedur. Hasil dari penelitian ini, dimana studi empiris dikonfirmasi hubungan yang positif antara tingkat pemanfaatan dengan mengadopsi “sistem pendukung keputusan & pemasaran intelijen” dalam keberhasilan suatu pengambilan keputusan organisasi. Selain itu juga Penelitian ini menawarkan pemahaman yang lebih baik dalam meningkatkan pangsa pasar pada kinerja sebagai keputusan organisasi dimana keputusan tersebut berdasarkan sistem informasi pemasaran.

Sri Fadilah. (2008) Penelitian ini tentang “Analisis Pelaksanaan Sistem Informasi Pemasaran Dalam Menunjang Pengembangan Acara Di Tvri Stasiun Jawa Barat Dan Banten”. *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi* Vol. 1, No. 2. Juli 2008. Hal. 171-190. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi tentang penerapan sistem informasi pemasaran di PT TVRI Jawa Barat dan Banten stasiun, dan untuk 11 mengetahui penerapan program-program pembangunan, dan juga untuk mendapatkan informasi tentang pemasaran sistem informasi dalam mendukung program pembangunan di PT TVRI Jawa Barat dan Banten stasiun. Sedangkan metode studi kasus penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data

dalam penelitian ini yaitu dengan observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pemasaran sistem informasi di TVRI Jawa Barat dan Banten stasiun memadai dan cukup baik untuk program pembangunan. Meskipun masih memiliki kelemahan. Kelemahan ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi TVRI Jawa Barat dan Banten stasiun dalam melaksanakan pengembangan pemasaran sistem informasi untuk mendukung program pembangunan.

Dr. Sultan 'Mohammadsaid' Sultan Freihit (2012) Penelitian ini tentang "*The Role Of Marketing Information System In Marketing Decision-Making In Jordanian Shareholding Medicines Production Companies*". Dalam jurnal Ijrras 11.No 2. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan hubungan antara komponen utama dari sistem informasi pemasaran, dan pengambilan keputusan di perusahaan Yordania. Hal ini juga bertujuan untuk memperkenalkan konsep, elemen, dan komponen sistem informasi pemasaran. Metode penelitian ini dengan analisis kuantitatif, sedangkan metode pengumpulan data dengan kuesioner. Sedangkan 12 data di analisis dengan menggunakan Uji reliabilitas dilakukan (*Cronbach Alpha*) untuk menentukan keandalan alat pengumpulan data (kuesioner). Rasio uji reliabilitas dari kedua variabel independen dan dependen adalah (87%). Hasil utama dari penelitian ini adalah Ada hubungan yang signifikan secara statistik antara masing-masing komponen sistem informasi pemasaran: (catatan internal, riset pemasaran, intelijen pemasaran) dan pengambilan keputusan. Beberapa perusahaan yang termasuk dalam penelitian ini belum mempunyai unit khusus yang bertanggung jawab atas fungsi sistem informasi pemasaran di departemen pemasaran mereka.

Harmon (2003) mendefinisikan sistem informasi pemasaran sebagai sistem komputerisasi yang dirancang untuk menyediakan arus informasi yang terorganisir untuk memungkinkan dan mendukung kegiatan pemasaran suatu organisasi. Sistem informasi pemasaran menyiapkan data dan membuatnya tersedia bila kebutuhan akan data semacam itu muncul untuk keputusan yang lebih baik (membuat tindakan alternatif yang lebih baik). Perusahaan mempekerjakan profesional yang menangani kebutuhan informasinya dan melaporkan data yang ada untuk membantu manajer membuat keputusan yang lebih baik yang disesuaikan dengan pertumbuhan bisnis (Perreault & McCarthy, 1993). Sistem informasi pemasaran memanfaatkan data dari seperangkat metode dan prosedur yang dirancang oleh organisasi dalam melihat kebutuhan informasi penting organisasi seperti informasi mengenai *trend* dan ukuran pasar, informasi tentang perubahan kebutuhan pelanggan, informasi dari pesaing dan informasi mengenai kebijakan pemerintah yang mempengaruhi operasi bisnis. Informasi ini mendasar dalam mengidentifikasi, mengukur, meramalkan dan menganalisis berbagai segmen pasar berkenaan dengan keadaan ekonomi apakah itu booming atau resesi. Transportasi jalan adalah moda transportasi yang paling umum digunakan di Nigeria dan mencakup lebih dari 90% kontribusi sub-sektor terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Biro Statistik Nasional, 2012). Hal ini penting karena sektor transportasi di Nigeria hari ini, cepat merangkul sistem teknologi informasi yang serupa dengan sektor penerbangan. Ada inovasi dalam layanan mereka yang diberikan. Sebagian besar Perusahaan Transportasi memiliki sistem pelacakan mobil yang menentukan batas kecepatan dan arah bus, e-booking, promosi layanan, keberangkatan waktu tetap dan hiburan di kapal, kotak saran penumpang, jalur bantuan dan situs web yang dikembangkan sepenuhnya untuk pelanggan. Sebagian besar inovasi ini bisa menjadi respons terhadap persaingan dan membedakan keunggulan pesaing. Ini bukan kasusnya di tahun tahun sebelumnya, ketika kebutuhan penumpang ini sekunder bagi pengangkut barang.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Pengertian Sistem Informasi menurut beberapa Ahli :

- Pengertian sistem informasi menurut Daranatha (2009:15). Sistem Informasi adalah kombinasi dari manusia, fasilitas atau alat teknologi, media, prosedur dan pengendalian yang bermaksud menata jaringan komunikasi yang penting, proses atas transaksi-transaksi tertentu dan rutin, membantu manajemen dan pemakai intern dan ekstern dan menyediakan dasar pengambilan keputusan yang tepat.
- Pengertian sistem informasi Menurut Gelinas, Oram, dan Wiggins (1990). Sistem informasi adalah suatu sistem buatan manusia yang secara umum terdiri atas sekumpulan komponen berbasis komputer dan manual yang dibuat untuk menghimpun, menyimpan, dan mengelola data serta menyediakan informasi keluaran kepada pemakai.

2.2.2 Pemasaran

Pengertian Pemasaran menurut beberapa Ahli :

- Menurut Philip Kotler (2012:14) Marketing (Pemasaran) adalah “Marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is “meeting needs profitably”.
- Menurut Fandy Tjiptono (2015:11), Pemasaran adalah penentuan apa yang akan dijual kepada konsumen berupa produk atau jasa dengan mendapatkan laba, melalui cara-cara, kondisi dan saluran distribusi tertentu, serta penciptaan dan pengolahan program untuk menghasilkan, melayani dan memperluas penjualan.
- Sistem informasi pemasaran adalah suatu struktur, interaksi secara kompleks antara orang, mesin, dan prosedur untuk dapat menghasilkan alur informasi yang teratur, tepat dari sumber-sumber dalam dan luar perusahaan untuk dapat digunakan dalam pengambilan keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan bagi pimpinan (Kenneth P.Laudon: 2009)
- Menurut Fandy Tjiptono (2015:273), Bauran pemasaran (marketing mix) adalah seperangkat alat yang digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

2.2.3 Website

Website atau disingkat web adalah sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk digital baik itu teks, gambar, animasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga dapat diakses dari seluruh dunia. Pada dasarnya website dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

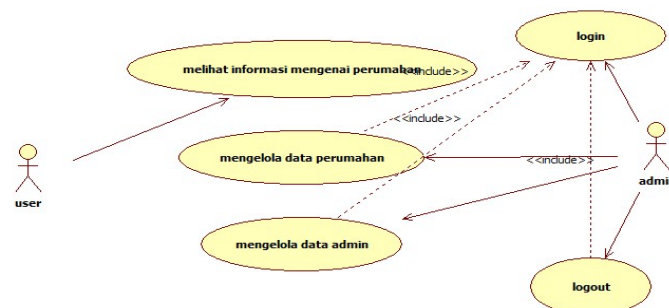
- Website Statis: merupakan web yang halamannya tidak berubah, biasanya untuk melakukan perubahan dilakukan secara manual dengan mengubah kode. Website statis informasinya merupakan informasi satu arah, yakni hanya berasal dari pemilik softwarenya saja, hanya bisa diupdate oleh pemiliknya saja. Contoh website statis ini, yaitu profil perusahaan.
- Website Dinamis: merupakan web yang halaman selalu update, biasanya terdapat halaman backend (halaman administrator) yang digunakan untuk menambah atau mengubah konten. Web dinamis membutuhkan database untuk menyimpan. Website dinamis mempunyai arus informasi dua arah, yakni berasal dari pengguna dan pemilik, sehingga pengupdate-an dapat dilakukan oleh pengguna dan juga pemilik website. (Bahar, 2013).

3. METODE

Pemodelan yang digunakan pada bagian ini akan dideskripsikan perancangan dari sistem kepegawaian yang terdiri dari *use case diagram* dan *activity diagram*.

3.1 Use Case Diagram

Use case diagram merupakan pemodelan untuk tingkah laku sistem informasi yang dibuat. *Use case diagram* mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih actor dengan sistem informasi yang dibuat. Secara kasar, *Use case* digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada didalam sebuah sistem informasi dan siapa saja yang berhak menggunakan fungsi itu. Syarat penamaan use case nama didefinisikan sederhana mungkin dan dapat dipahami (Rosa dan Salahudin, 2011).



Gambar 3.1 Use Case Diagram

3.2 Activity diagram

Activity diagram atau disebut diagram aktivitas menggambarkan aliran kerja atau aktivitas dari sebuah sistem atau proses bisnis. Yang perlu diperhatikan disini adalah diagram aktivitas menggambarkan aktivitas sistem bukan apa yang dilakukan aktor, jadi aktivitas yang dapat dilakukan oleh sistem (Rosa dan salahudin 2011).

Activity diagram dalam sistem yang dirancang adalah:

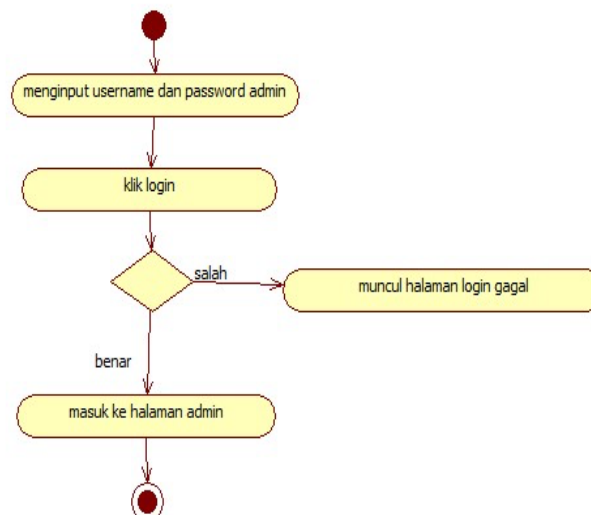
- **Activity Diagram Pencarian Informasi tentang Green Pakis Regency oleh User**



Gambar 3.2 Activity diagram pencarian informasi

Activity diagram informasi perumahan GPR yaitu user atau pelanggan masuk ke alamat *web* GPR mencari informasi mengenai *type*, gambar, harga dan cara pembayaran. Jika tidak berhasil atau salah maka akan mengulang kembali untuk mencari informasi rumah dan seterusnya.

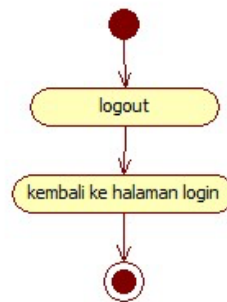
- **Activity Diagram Login Admin**



Gambar 3.3 Activity Diagram login admin

Activity diagram login admin yaitu admin membuka *web browser* dengan melakukan *login* terlebih dahulu untuk selanjutnya melakukan pengelolaan data.

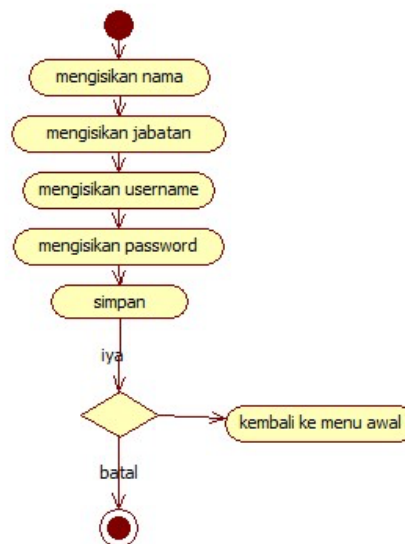
- **Activity Diagram Logout Admin**



Gambar 3.5 Activity Diagram Logout Admin

Activity diagram logout admin yang telah melakukan pengelolaan data keluar dari halaman admin dan kembali pada ke halaman awal web.

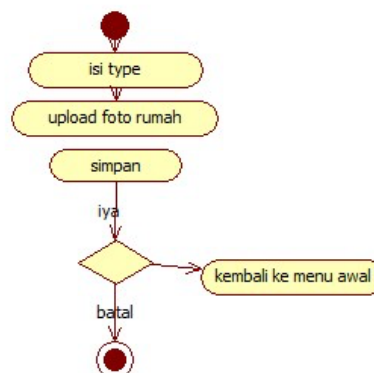
- **Activity Diagram pengelolaan data admin**



Gambar 3.6 Activity Diagram pengelolaan data admin

Activity diagram mengelola data dilakukan oleh admin yaitu dengan melihat data *user* yang masuk dan melakukan perintah edit maupun hapus pada data perumahan.

- **Activity Diagram pengelolaan data rumah**



Gambar 3.7 Activity Diagram pengelolaan data rumah

Activity diagram mengelola data rumah dilakukan oleh admin yaitu dengan menginput data maupun melakukan perintah edit dan hapus pada data perumahan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Implementasi Sistem

Implementasi sistem merupakan tahapan yang dilakukan setelah melakukan tahap perancangan sistem yaitu menjelaskan mengenai pembuatan sistem serta tampilan dari aplikasi yang telah dibuat yang sesuai dengan analisis dan perancangan sebelumnya. Setelah tahap implementasi dilakukan maka dibutuhkan sebuah pengujian sistem untuk membuktikan bahwa aplikasi dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

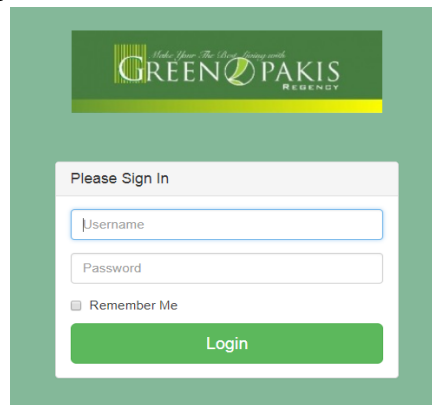
Pengujian Sistem

Pengujian merupakan proses yang menentukan keberhasilan program yang dirancang. Jenis pengujian yang dipakai dalam penulisan ini adalah pengujian dalam bentuk black box yakni dengan menguji masukkan ke dalam sistem.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan sebelumnya, hasil pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

4.1 Tampilan Admin

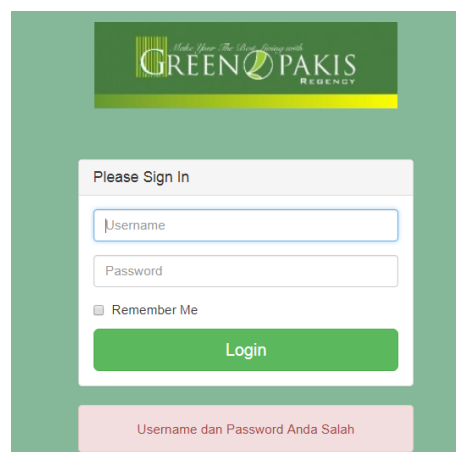
- *Form Login Admin*



Gambar 4.1 Menu Utama Halaman *Login*

Pada saat membuka aplikasi ini maka tampilan utama yang akan muncul adalah form login untuk admin, dan pengguna harus memasukkan username dan password yang sudah di sediakan oleh administrator, untuk menu utama halaman login seperti pada gambar 4.1

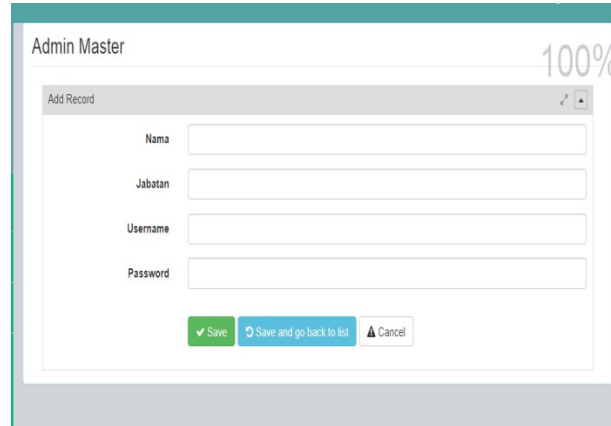
Apabila admin salah memasukkan *username* dan *password* maka akan tampil *alert username* atau *password* salah seperti pada gambar 4.2



Gambar 4.2 Alert username dan password

Setelah tampil *alert* seperti pada gambar 4.2 maka secara otomatis tampilan *form login* akan kosong kembali dan admin melakukan login kembali pada *form login*. Dan apabila sudah berhasil *login* maka admin akan masuk ke halaman utama *web*.

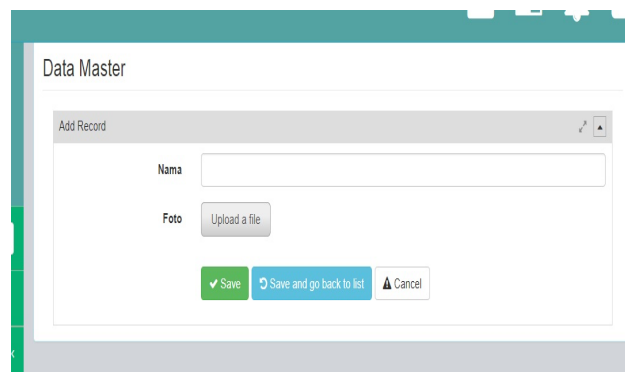
- Form input data admin

The screenshot shows a web application window titled "Admin Master" with a "100%" zoom level. Inside, there's a section labeled "Add Record" with a dropdown arrow. Below this, there are four input fields: "Nama", "Jabatan", "Username", and "Password". At the bottom of the form, there are three buttons: a green "Save" button with a checkmark icon, a blue "Save and go back to list" button with a circular arrow icon, and a grey "Cancel" button with a triangle icon.

Gambar 4.3 menu input data admin

Pada saat membukan menu ini maka tampilan utama yang akan muncul adalah form untuk input data admin, dan pengguna harus memasukkan data yang dibutuhkan seperti pada gambar 4.3

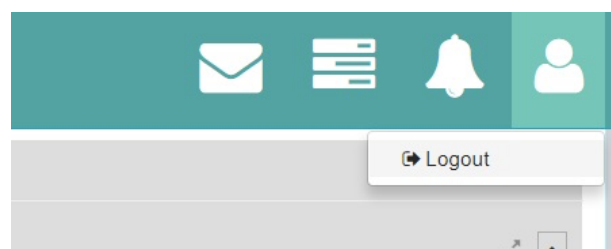
- *Form input data rumah*

The screenshot shows a web application window titled "Data Master". Inside, there's a section labeled "Add Record" with a dropdown arrow. Below this, there are two input fields: "Nama" and "Foto". The "Foto" field has an "Upload a file" button next to it. At the bottom of the form, there are three buttons: a green "Save" button with a checkmark icon, a blue "Save and go back to list" button with a circular arrow icon, and a grey "Cancel" button with a triangle icon.

Gambar 4.4 Menu *Input Data Rumah*

Pada saat membukan menu ini maka tampilan utama yang akan muncul adalah form untuk input data rumah, dan pengguna harus memasukkan data yang dibutuhkan seperti pada gambar 4.4

- *Button Logout*



Gambar 4.5 button logout

Button logout digunakan apabila admin ingin keluar dari sistem seperti pada gambar 4.5

1.2.1.2 Tampilan User

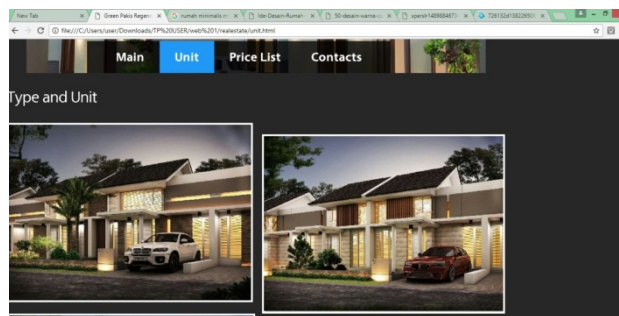
- *Main menu*



Gambar 4.6 Main Menu

Pada saat membukakan halaman web Green Pakis Regency maka akan muncul tampilan utama seperti pada gambar 4.6

- *Unit Menu*



Gambar 4.7 Unit Menu

Pada saat memilih button unit pada web maka akan muncul tampilan seperti pada gambar 4.7

- *Price List Menu*

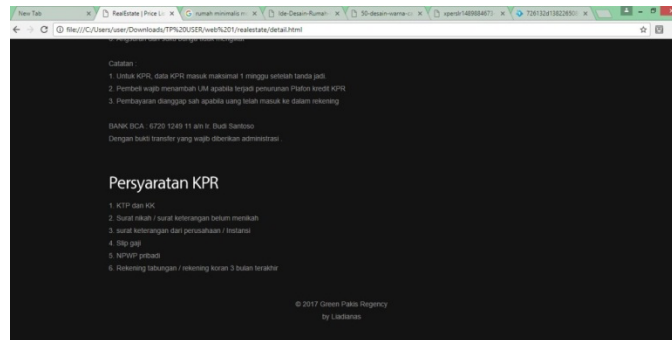
Type		Harga Jual		Uang Muka 20%		KPR		Biaya 12% per Tahun		
LxL	LxL							5 tahun	10 tahun	15 tahun
40	72	Rp 297.000.000	Rp 59.400.000	Rp 237.600.000	Rp 5.285.381	Rp 3.498.488	Rp 5.811.589			
45	84	Rp 336.000.000	Rp 67.200.000	Rp 268.800.000	Rp 6.215.318	Rp 4.088.052	Rp 6.418.078			
45	112	Rp 408.000.000	Rp 81.600.000	Rp 326.400.000	Rp 7.289.483	Rp 4.688.830	Rp 7.022.149			
70	138	Rp 582.000.000	Rp 116.400.000	Rp 465.600.000	Rp 10.911.183	Rp 6.436.435	Rp 9.981.955			

KETERANGAN

1. Booking fee Rp 5.000.000 (dikurangi 1 minggu)
2. UMR dibayar 2 minggu setelah booking fee
3. Harga termasuk SH-M, HAS, PLN, POM, Pajak dan PPAK
4. Harga belum termasuk biaya KPR
5. Harga jual sesuai kondisi dapat berubah tanpa pemberitahuan
6. Angsuran dan suku bunga tidak termasuk

Catatan:

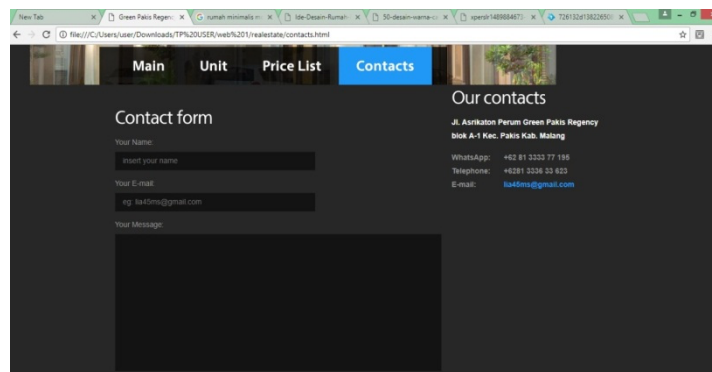
Gambar 4.8 Price List Menu



Gambar 4.9 Price List Menu

Pada saat memilih button Price list pada web maka akan muncul tampilan seperti pada gambar 4.8 dan 4.9

- **Contact Menu**



Gambar 4.10 Contact Menu

Pada saat memilih button Contact pada web maka akan muncul info mengenai kontak kantor pemasaran dan akan muncul kolom komentar untuk pengunjung web seperti pada gambar 4.10

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah diperoleh selama penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem yang dibangun dapat membantu perusahaan khususnya bagian pemasaran dalam melakukan promosi sehingga informasi dapat tersampaikan hingga masyarakat dalam lingkup yang lebih luas.

Saran Perlu adanya pengembangan sistem berupa menu untuk perhitungan KPR untuk mengatasi apabila ada perubahan harga sewaktu-waktu dan Perlu adanya informasi mengenai denah ruang pada perumahan Green Pakis Regency dalam sistem informasi yang dibangun

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardiansyah. 2017. Sistem Informasi IT Asset Management Berbasis Web Menggunakan Framework CodeIgniter pada PT. Aero Systems Indonesia (ASYST). Jurnal Sistem Informasi Teknologi Informatika dan Komputer Vol. 8 No. 1 (2017). ISSN 2089-0265. Fakultas Ilmu Komputer Program Studi Sistem Informasi Universitas Mercu Buana.
- [2] Basuki, AP. 2010. Membangun Web Berbasis PHP dengan Framework Codeigniter, Lokomedia. Yogyakarta.
- [3] Daranatha, S. 2009. Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.
- [4] Fadilah, Sri. 2008. Analisis Pelaksanaan Sistem Informasi Pemasaran Dalam Menunjang Pengembangan Acara Di TVRI Stasiun Jawa Barat Dan Banten. Jurnal Telaah & Riset Akuntansi Vol. 1, No. 2. Juli 2008:171-190.
- [5] Fadmana, Irfan. 2010. Penelitian ini membahas tentang “Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Berbasis WEB Pada CV. IHYAA & CO.
- [6] Gelinas, Ulric. 1990. Accounting Information System. PWS-KENT publishing Company.

- [7] Handita, Ditya Banu . 2011. Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada Usantex. Jurnal emitor Vol 12 No. 01 ISSN-8890. Surakarta: Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [8] Harmon, R. 2003. Marketing information systems. Encyclopedia of Information Systems 3: 137-151.
- [9] Hidayatullah, Taufiq. 2002. Belajar dan profesional Microsoft Word. Surabaya: Indah.
- [10] Ismail, Shaker Turki. 2011. The Role of Marketing Information System on Decision Making an Applied study on Royal Jordanian Air Lines 10 (RJA). International Journal of Business and Social Science Vol. 2 No.
- [11] Kotler, Philip. 2012. Marketing Management. Northwestern University.
- [12] Laudon, Kenneth P. 2007. Management Information System (Managing the Digital Firm). United States of America. Pearson Prentice Hall, trademark of pearsson Education, Inc.
- [13] Maurice, Ezkiel. 2013. A Study of Marketing Information System (MIS) As a Contributory Factor in the Performance of Selected Transport Companies in Calabar Metropolis. American Journal of Tourism Research Vol. 2 No. 2; 2013, 154-159 DOI: 10.11634/216837861302479. Calabar: University of Calabar, Calabar, Cross River State, Nigeria.