

# Sistem Informasi Pemasaran Produk Pada Toko Online Agsel

*Suarni Gusti Jaya<sup>1</sup>, Herry Mulyono<sup>2</sup>*

*Pascasarjana, Magister Sistem Informasi, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi  
Jl. Jend. Sudirman Thehok-Jambi Telp: 0741-35096 Fax : 35093  
Email: [Suarnigusti3@gmail.com](mailto:Suarnigusti3@gmail.com)<sup>1</sup>, [herrymulyono@unama.ac.id](mailto:herrymulyono@unama.ac.id)<sup>2</sup>*

## Abstract

The marketing information system at the existing Agsel Online Store still uses a manual system (dor to bang, wa, brochures and facebook), so the product marketing process takes a lot of time, does not update, is not efficient and spends a lot of money to print banners and brochures resulting in high income. accepted by the minimal agsel shop. For this reason, Agsel online shop wants to use web-based marketing to increase revenue, save time because the web can be accessed at any time, is accurate and more efficient. The purpose of this research is to analyze and design a Product Marketing Information System at Agsel Online Stores. The method used by the author is the prototype design method according to the title that the author takes, namely the analysis and design of a marketing information system at the Agsel online store. It is hoped that with this web-based marketing and sales, it can increase revenue at the Agsel store with more and more Agsel store products being known more widely by the entire community. It is hoped that further researchers at the Agsel store can create a website application that can combine product sales predictions with the Weka application and real web creation, not just design.

*Keywords:* Online, Prototype Method, Income, and Weka Application.

## Abstrak

Sistem informasi pemasaran pada Toko Online Agsel yang ada masih menggunakan sistem manual (dor to dor, wa, brosur dan facebook), sehingga proses pemasaran produk menggunakan banyak waktu, tidak update, tidak efisien dan menghabiskan banyak uang untuk mencetak spanduk dan brosur mengakibatkan pendapatan yang diterima oleh toko agsel minim. Untuk itu toko online agsel ingin menggunakan pemasaran berbasis web untuk meningkatkan pendapatan, menghemat waktu karena web dapat diakses setiap saat, akurat dan lebih efisien. Adapun tujuan dari penelitian ini penulis menganalisis dan merancang Sistem Informasi Pemasaran Produk Pada Toko Online Agsel. Metode yang digunakan oleh penulis yaitu metode perancangan prototype sesuai dengan judul yang penulis ambil yaitu Analisis dan perancangan system informasi pemasaran pada toko online agsel. Diharapkan dengan adanya pemasaran dan penjualan berbasis web ini dapat meningkatkan pendapatan pada toko agsel dengan semakin banyaknya produk toko agsel di kenal lebih luas oleh seluruh masyarakat luas. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya pada toko Agsel bisa membuat aplikasi website yang dapat menggabungkan antar prediksi penjualan produk dengan aplikasi weka dan pembuatan web secara nyata bukan hanya sebatas rancangan saja.

*Kata kunci:* Online, Metode Prototype, Income, dan Aplikasi Weka.

© 2022 Jurnal MANAJEMEN SISTEM INFORMASI.

## 1. Pendahuluan

Banyaknya persaingan bisnis dan semakin majunya perkembangan teknologi saat ini adanya aplikasi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemasaran penjualan, sehingga para pengguna dapat melihat produk suatu perusahaan hanya lewat *website / online*. Dengan begitu memudahkan para pengguna untuk melihat produk perusahaan yang terbaru dan dapat mengurangi pengeluaran dalam pemasaran juga meningkatkan pendapatan perusahaan, seperti aplikasi *Wookvivan, Shoope, Lazada* dan lain-lain.

Semangkin majunya teknologi yang ada seperti di atas maka toko agsel yang bergerak dalam bidang makanan ingin mengenalkan produknya lebih luas lagi kepada masyarakat baik di dalam kotamadya maupun di luar provinsi. Pemasaran toko agsel saat ini masih sederhana yaitu dari mulut kemulut, facebook, wa, brosur dan spanduk hanya sebatas dalam kota saja, Adapun kendala yang ada adalah toko agsel belum memiliki website penjualan online, sehingga toko agsel tidak bias memasarkan produk jarak jauh, pembelian jarak jauh terkendala karna produk hanya dapat di lihat dan di pesan secara *oline*.

Untuk itu penulis mencoba merancang dan menganalisa system informasi sesuai kemajuan teknologi yang ada dan sesuai dengan keinginan pemilik toko yaitu berbasis pemasaran dan penjualan secara *online* untuk meningkatkan pemasaran produknya dengan menggunakan website yang dapat di lihat selama 24 jam tanpa henti oleh pengguna *web* dari seluruh masyarakat luas dan luar negeri. Dengan adanya system ini dapat memudahkan toko agsel melakukan pengontrolan dalam pemasaran produk, penjualan, pembuatan laporan dan meningkatkan pendapatan dengan berkurangnya biaya pengeluaran pemasarn produk serta proses kerja lebih akurat, efisien dan hemat waktu.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Sistem Informasi

Sedangkan menurut Stair dan Reynolds (2016 ; 8), “*An information system (IS) is a set of interrelated elements or components that collect (input), manipulate (process), store, and disseminate (output) data and information and provide a corrective reaction (feedback mechanism) to meet an objective*”.

Elemen-elemen system pendukung untuk terbentuknya sebuah sistem, sebagai berikut:

- Objek, merupakan bagian, elemen atau variabel. Objek dapat berupa benda fisik, abstrak atau keduanya.
- Atribut, merupakan penentu kualitas atau sifat kepemilikan sistem dan objeknya.
- Hubungan internal, merupakan penghubungan diantara objek-objek yang terdapat dalam sebuah sistem.
- Lingkungan, merupakan tempat dimana system tersebut berada.
- Tujuan, Setiap system memiliki tujuan dan tujuan inilah yang menjadi motivasi yang mengarahkan sistem.
- Masukan, adalah sesuatu yang masuk ke dalam sistem dan selanjutnya menjadi bahan untuk diproses.
- Proses, Bagian yang melakukan perubahan dari masukan menjadi keluaran.
- Keluaran, adalah hasil dari proses. Pada system informasi berupa informasi atau laporan.
- Batas, adalah pemisah antara sistem dan daerah luar sistem.

### 2.2 Analisis Sistem

Menurut Prof. Dr. Sri Mulyani, Ak.CA (2016 ; 44), “menekankan kepada kumpulan objek yang mempunyai atribut dan fungsi yang saling berhubungan”.

Langkah – langkah analisis system berorientasi objek.

Tahapan ini dilakukan setelah tahapan perencanaan dan sebelum tahapan desain sistem.



Gambar 1. .Langkah – langkah Analisis Sistem Berorientasi Objek

1. Identify  
Identify, yaitu proses yang dilakukan untuk mengidentifikasi masalah.
2. Understand  
Understand, yaitu memahami kerja dari sistem yang ada. Hal ini dapat dilakukan dengan menganalisis secara kerja dari sistem berjalan
3. Analyze  
Analyze, yaitu melakukan analisa terhadap sistem
4. Report  
Report, yaitu Membuat laporan dari hasil analisis yang telah dilakukan dalam kurun waktu tertentu.

### 2.3. Pemasaran / Marketing

Menurut Kotler dan Keller (2016 ; 27), ada 10 (sepuluh) pilar dalam pemasaran (marketing) yaitu:

1. *Goods* (Barang)  
Barang fisik merupakan bagian terbesar dari produksi dan pemasaran sebagian besar negara.
2. *Service* (Jasa)  
Seiring dengan kemajuan ekonomi, semakin banyak proporsi aktivitas mereka yang berfokus pada produksi jasa.
3. *Event* (Pemasaran)  
Mempermosikan acara berbasis waktu, seperti pameran dagang besar, pertunjukan artistik, dan hari jadi perusahaan.
4. *Experiences* (Pengalaman)  
Mengatur beberapa layanan dan barang, sebuah perusahaan dapat membuat, mementaskan, dan memasarkan pengalaman kerajaan peri, kapal bajak laut atau rumah berhantu.
5. *Person* (orang)  
Artis, Musis, CEO, dokter, pengacara dan pemodal termuka, dan profesional lainnya sering mendapatkan bantuan dari pemasar.
6. *Places* (Tempat)  
Kota, wilayah, negara bagian, dan seluruh bangsa bersaing untuk menarik turis, penduduk, pabrik, dan kantor pusat perusahaan.
7. *Properties* (Gedung)  
Properti adalah hak pemilikan tidak berwujud baik properti nyata maupun properti keuangan.
8. *Organization* (kelompok)  
Museum, organisasi, perusahaan dan nirlaba semua menggunakan pemasaran.
9. *Information* (Informasi)  
Informasi pada dasarnya adalah apa yang diproduksi, dipasarkan, dan didistribusikan oleh buku, sekolah dan universitas dengan harga kepada orang tua, siswa, dan komunitas.
10. *Ideas* (ide/gagasan)  
Penawaran pasar menyertakan ide dasar

### 2.4. Perbedaan Toko Online dengan Toko Fisik, sebagai berikut:

Item	Toko Online	Toko Fisik
Penjual	Memiliki Penjual	Memiliki Penjual
Alat Tukar/Uang	Metode transfer	Uang Fisik
	Uang Elektronik	Debit card
Komunikasi	Email	Penjualan dan Pembeli bertransaksi Langsung
	Chatting	
	SMS	

Media	Internet	Suara, gerakan
Produksi/ Jasa	Berupa Gambar	Dapat dilihat Langsung

Gambar 2. Perbedaan Toko Online dan Toko Fisik

### 2.5 E-Commerce

Menurut Dr. Sarman Sinaga, SE., MM dkk (2020 ; 78), sebagai bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik.



Gambar 3. Siklus E-Commers

### 2.6 Metode Prototype

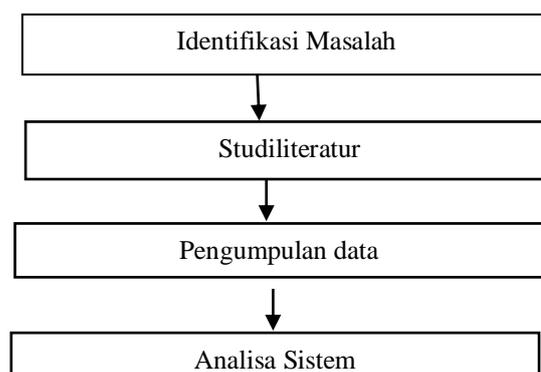
Menurut Stair dan Reynolds (2016; 408), “*Prototyping is an iterative software development approach based on the use of software prototypes*”.

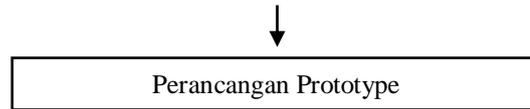
Ada 3 (tiga) pendekatan utama prototype, sebagai berikut :

1. *Throw-away* : prototype dibuat dan ditest. Pengalaman yang diperoleh dari pembuatan prototype tersebut digunakan untuk membuat produk akhir (final), kemudian prototype tersebut dibuang (takdipakai)
2. *Incremental* : produk akhirnya dibuat sebagai komponen-komponen yang terpisah. Desain produk akhirnya secara keseluruhan hanya ada satu, tetapi dibagi-bagi dalam komponen-komponen lebih kecil yang terpisah (independent).
3. *Evolutionary* : Pada metode ini, prototypenya tidak dibuang tetapi digunakan untuk iterasi desain berikutnya. Dalam hal ini, system atau produk yang sebenarnya dipandang sebagai evolusi dari versi wal yang sangat terbatas menuju produk final atau produk akhir.

### 3. Metode Penelitian

Dalam menyelesaikan penelitian ini dapat dilakukan beberapa tahapan, yang peneliti lakukan melalui kerangka kerja penelitian, yaitu:





Gambar 4. Alur Penelitian

### 3.1 Permasalahan Masalah

Tahap ini peneliti melakukan identifikasi masalah yang ada yaitu merumuskan masalah yang akan diteliti. Dengan adanya perumusan masalah, maka penelitian akan menjadi jelas dan terang.

### 3.2 Studi Literatur

Pada tahapan ini, penulis melakukan pencarian terhadap landasan-landasan teori yang diperoleh dari berbagai buku, internet, maupun jurnal yang berhubungan dengan masalah untuk membantu penulis dalam menemukan landasan teori juga sebagai penunjang atau referensi mengenai penelitian yang akan dilakukan. Studi literatur ditujukan untuk mengumpulkan semua data yang di butuhkan dalam penelitian sehingga mempunyai landasan yang kuat.

### 3.3 Pengumpulan Data

Adapun pengumpulan data berdasarkan studi pengamatan peninjauan secara langsung kelokasi penelitian, pengambilan dokumen langsung ke Toko Online Agsel dan studi pustaka pengambilan data yang serupa sesuai dengan penelitian sebagai perbandingan dan referensi.

Berikut ini adalah tahapan yang dilakukan penelitian dalam penulisan

- a. Studi pustaka  
Studi pustaka merupakan suatu teknik yang dilakukan dengan cara membaca buku- buku text, referensi dan jurnal yang relevan dengan penelitian ini. Data yang didapat berupa teori/ landasan teori.
- b. Studi lapangan  
Studi lapangan merupakan suatu teknik bertujuan mengumpulkan data dengan cara meneliti langsung ke lokasi penelitian guna mendapatkan data yang fix dan akurat sesuai kebutuhan peneliti.
- c. Wawancara  
Wawancara dilakukan dengan pemilik toko untuk mendapatkan data yang benar dan lengkap (daftar wawancara terlampir). Salah satu pertanyaan yang penelitinya kepada pemilik toko agsel yaitu tentang bagai mana pemasaran produk Toko Agsel saat ini serta kendala – kendala yang ada pada saat ini dalam melakukan pemasaran.
- d. Dokumentasi  
Peneliti melakukan pengambilan data dokumentasi berupa foto produk dan data – data toko agsel untuk memperoleh informasi tentang data yang akurat tepat dan dapat dipercaya serta dipertanggung jawabkan secara relevan

### 3.4 Analisis Sistem

Proses menganalisa masalah yang menjadi kadala pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan pada Toko Agsel. Selain itu dilakukan juga analisa erhadap interaksi yang terjadi dalam sistem informasi pemasaran berbasis web pada Toko Online Agsel yang digambarkan dalam model UML.

### 3.5 Perancangan Sistem.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode perancangan system dengan model prototype.

- a) Prototype digunakan agar dapat saling berinteraksi dengan pelanggan selama proses pembuatan sistem

## 4. Hasil dan Pembahasan

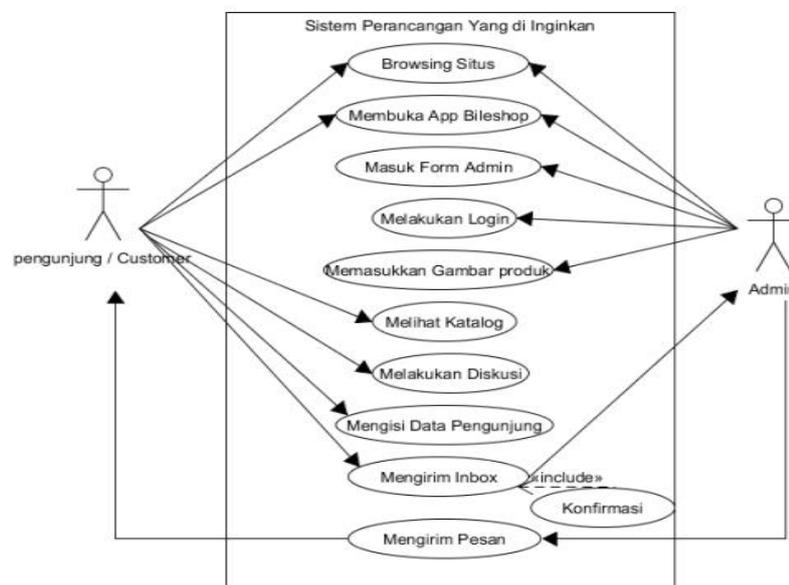
### 4.1 Analisis Sistem yang Berjalan

Adapun sistem yang berjalan saat ini pada toko agsel adalah sebagai berikut :

1. Pengunjung/ konsumen menelpon toko agsel untuk memesan produk makanan yang kemudian admin menjelaskan produk yang ada pada toko agsel selanjutnya mencatat apa-apa saja yang dipesan oleh konsumen/ pengunjung sebelum menyiapkan pesanan.
2. Pengunjung / konsumen mendatangi toko agsel untuk melihat langsung produk makan sebelum memesan kemudian membelinya.

### 4.2 Solusi Penyelesaian Masalah

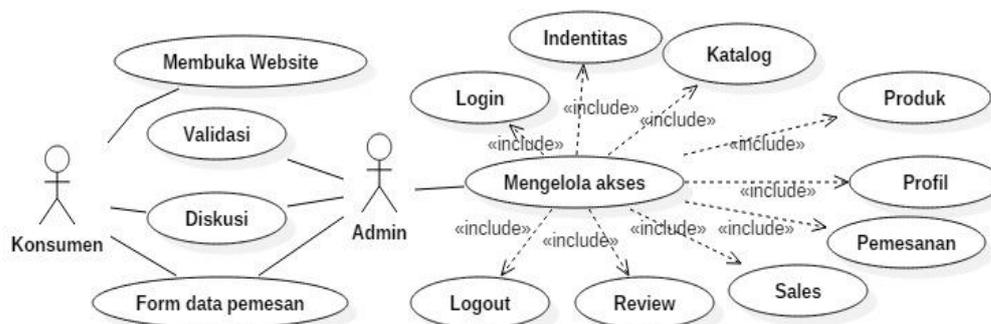
Berdasarkan analisis sistem yang berjalan dan kelemahan yang ditemukan, maka penulis ingin merancang suatu analisis dan perancangan sistem informasi pemasaran produk pada Toko Onlin Agsel. solusi yang diberikan antara lain sebagai berikut :



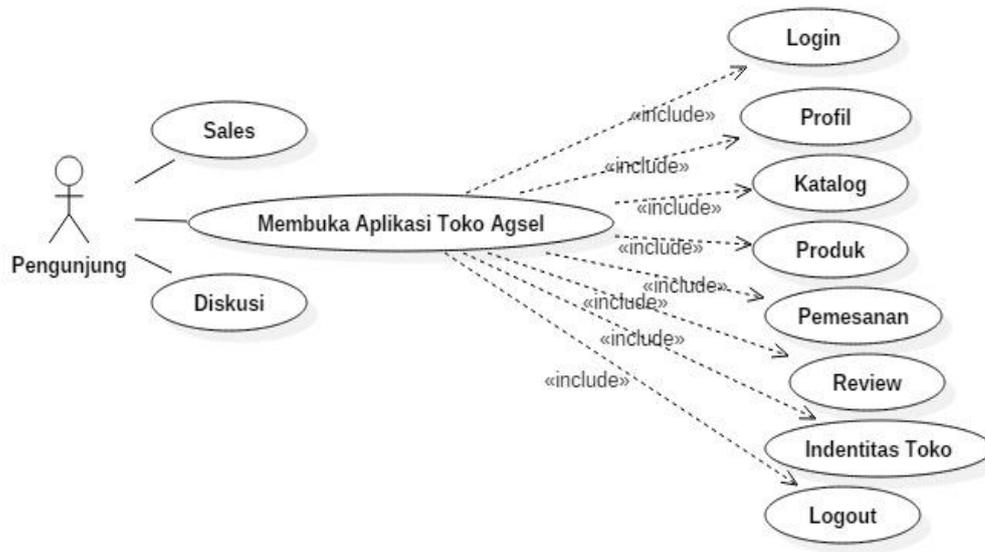
Gambar 5. Solusi Perancangan Sistem Toko Online Agsel

### 4.3 Analisis Permodelan Sistem

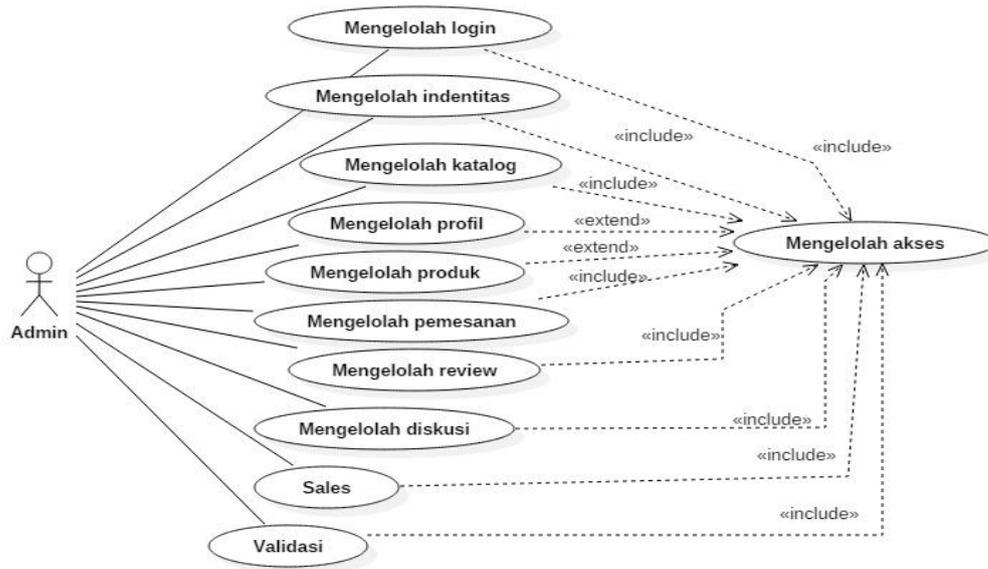
Use Case Diagram adalah gambar interaksi antara pengguna system atau user (actor) dengan kasus (use case) yang telah di sesuaikan dengan sistem yang sedang dikembangkan. Perancangan use case diagram menggambarkan persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi system dari sudut pandang user dapat di lihat di bawah ini.



Gambar 6. Diagram use case Sistem Informasi Toko Online Agsel konsumen dan admin



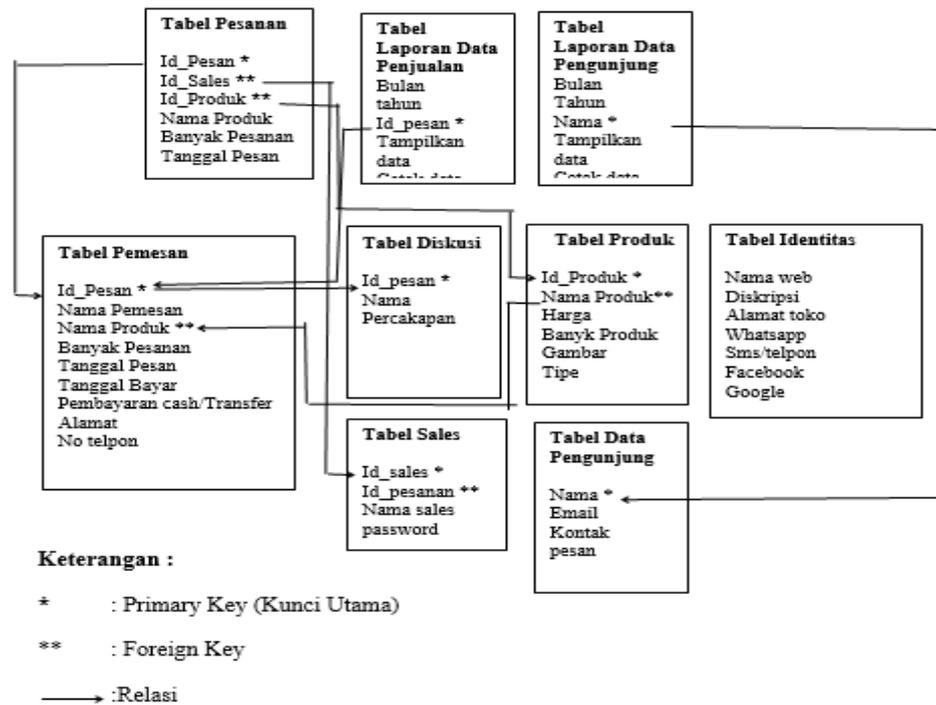
Gambar 7. Diagram Use Case Pengunjung



Gambar 8. Use Case Admin

4.4 Analisis kebutuhan Data

Analisis kebutuhan data di gambarkan dengan class diagram yang tiap kelas memiliki masing-masing atribut dan operasi . lebih lengkapnya dapat di lihat di gambar ini.



Gambar 9. Use Case Admin

#### 4.5 Analisis Halaman Login

Pada tampilan ini digunakan oleh admin untuk mengupdate semua data website, sehingga admin perlu mengisi user name dan password. Begitu juga untuk pengunjung system harus mendaftar terlebih dahulu jika melakukan pemesanan produk.

Pada halaman login ini digunakan untuk mengupdate semua data yang dilakukan oleh admin.

The image shows a web browser window with the following elements:

- Address bar: `Https:// Toko Agsel`
- Page title: `Toko Agsel`
- Form fields:
  - User Name :
  - Password :
  - save  Login
- Footer text: `Analisis dan perancangansisteminformasipemasasnproduk pada toko agseldeganperhitunganalgoritma c 4.5`

Gambar 10. Halaman Login

#### 4.6 Analisis Halaman Muka / Beranda.

Pada halaman ini merupakan halaman utama yang berisikan semua tentang website Toko Agsel yaitu menu terdiri dari makanan, kue, spg dan pesan. Terdapat juga alamat toko dan nomor yang dapat di hubungi untuk memesan secarat elpon maupun whatsapp.

	
<p>Toko Agsel</p>	
 <h1>Toko Agsel</h1> <p><i>MakananKue</i>      <i>Sales</i>      <i>Pesan</i></p>	
<p>Jl. Keramas Rt.13 TanjungJabungtimur  082243923808       / SMS 082360571306</p>	
<p><b>Produk sewaktu – waktu dapat berubah.</b> <b>Kategori Kue</b></p> 	<p><b><u>Kategori Makanan</u></b></p> 
<p><b><u>Menu Terbaru</u></b></p> 	
<p><b><u>Informasi :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Info Pengiriman</li> <li>➤ Produk Update 1 BulanSekali</li> </ul>	<p><i>Sudah Mengunjungi Web Kami</i></p>
<p><b><u>Catatan :</u></b></p> <p>Barang Rusak tidak di tanggung penjual Ongkos kirim di tanggung pembeli</p>	

Gambar 10. Halaman Muka / Beranda

Tampilan ini digunakan untuk menampilkan laporan data pengunjung dapat dilihat berdasarkan tahun, bulan dan tanggal.

Administrasi	Lihat Web	Logout		
				
Jl. Keramas Rt.13 TanjungJabungtimur  082243923808  / SMS 82360571306				
<b>Laporan Data Pengunjung</b>				
Tahun :	<input type="text" value="Pilih Tahun"/>	Bulan : <input type="text" value="Pilih Bulan"/>		
<b>Laporan Data Pengunjung Toko Agsel</b>				
<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Email</b>	<b>Kontak</b>	<b>Pesan</b>
1	Xxxxxx	Xxxxxx	Xxxxxx	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
2	Xxxxxx	Xxxxxx	Xxxxxx	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
3	Xxxxxx	Xxxxxx	Xxxxxx	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Tampilkan Data		Print		
* Data akan di tampilkan Ketika telah di pilih tahun dan bulan pengunjungan				

Gambar 11. Halaman Laporan Data Pengunjung

#### 4.7 Analisis Halaman Laporan Admin Data Penjualan

Tampilan ini digunakan untuk menampilkan laporan data penjualan oleh admin bisa dilihat berdasarkan tanggal, bulan dan tahun.

Administrasi	Lihat Web	Logout								
										
Jl. Keramas Rt.13 TanjungJabungtimur  082243923808  / SMS 082360571306										
<b>Laporan Data Pengunjung</b>										
Tahun :	<input type="text" value="Pilih Tahun"/>	Bulan : <input type="text" value="Pilih Bulan"/>								
<b>Laporan Data Penjualan Toko Agsel</b>										
No	Id_Pemesan	Id_Pesanan	Id_Sales	Nama	Alamat	Harga produk	Banyak Produk yang di pesan	Pembayaran Cash/ trsnfer	Nomor telpon	Keterangan pesanataub atal
1	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx
2	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx
3	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx
4	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx	Xxxx
Tampilkan Data		Print		Hapus						
* Pililah tahun dan bulan untuk menampilkan laporan data penjualan toko agsel										

Gambar 12. Halaman Laporan Data Admin Penjualan

## 5. Kesimpulan

### 5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian penulis ini maka dapat diambil beberapa kesimpulan dan saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan web pada toko angsel dapat meningkatkan pendapatan karena adanya media pemasaran berbasis web ini sehingga semua produk yang ada pada toko angsel secara online dilihat oleh seluruh kalangan masyarakat.
2. Dengan adanya aplikasi ini dapat mempermudah pemasaran, menghemat waktu, akurat dan lebih efisien dalam proses penjualan pada Toko Angsel.
3. Dengan adanya sistem ini mempermudah admin mengetahui setiap rincian dari produk yang banyak diminatin dan yang kurang diminatin oleh konsumen hanya dengan aplikasi website ini.

### 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Untuk peneliti selanjutnya di harapkan dapat mengembangkan rancangan prototype menjadi aplikasi website pada Toko Online Agsel secara nyata.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan rancangan weka untuk mengetahui banyak penjualan produk dan pembelian lebih akurat secara nyata bukan hanya sebatas rancangan prototype dan lebih mengembangkan sistem ini.

## 6. Daftar Rujukan

- [1] Arief Rakhman Kurniawan, 2018 Dasar-Dasar Marketing, Cetakan Pertama; Yogyakarta: Quadrant
- [2] Dyer, Russell J.T. 2015. *Learning MySQL and MariaDB. Heading In The Right Direction With MySQL and MariaDB*.
- [3] Dr. Sarman Sinaga, dkk. 2020. Penyelesaian Masalah Bisnis dalam Transaksi Elektronik (E-Commerce), Ed 1. Yogyakarta: CV. Sentosa Deli Mandiri.
- [4] Fathansyah. 2018. Basis Data; cetakan pertama, edisi revisi ketiga :Bandung; Informatika Bandung
- [5] Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4; Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- [6] Jojo, Nomic. 2021. Sistem Informasi Pemasaran. <https://www.jojonomic.com/blog/sistem-informasi-pemasaran> pada tanggal 20 Januari 2021
- [7] Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management 15. Global Edition*. England : Pearson Education Limited.
- [8] Kendall, Kenneth E; & Kendall, Julie E. 2014.*System Analysis and Design, Eight Edition*. USA: Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall.
- [9] Laudon, Kenneth C; &Laudon, Jane P. 2014. *Managements Information Systems Managing the Digital Firm*. England: Pearson Education Limited.
- [10] Marakas, George M; &O'brien, James A. 2013.*Introduction to Information Systems, Sixteenth Edition*. United States of America: McGraw-Hill Companies, Inc.
- [11] Marakas, George M; &O'brien, James A. 2013.*Introduction to Information Systems, Sixteenth Edition*. United States of America: McGraw-Hill Companies, Inc.
- [12] Nugraha,Uci;&Pardiniasa, Mulki Lutfhi Rahman. 2017. Analisis Sistem Informasi Pemasaran Produk Berbasis Web dengan Pemodelan UML.*Jurnal Sistem Informasi*, Volume 2, Nomor 1. Bandung : Universitas Widyatama
- [13] Perung, Rintho Rante.2018. E Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi, edisi ke 1 jilid ke 1. Yogyakarta: Deepublish.
- [14] Rakhmat Makmur. 2018 *Bisnis Online*, cetakan pertama, Edisi Revisikedua; Bandung; Informatika Bandung.
- [15] Rahmawati, Noni; &Mulyono, Herry. 2016. Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Web Pada Toko Billy.*Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, Volume 1, Nomor2. Jambi : STIKOM Dinamika Bangsa
- [16] Tanto. Jenis - Jenis Internet Marketing. <https://www.hestanto.web.id/jenis-jenis-internet-marketing-pada-tanggal-05-maret>