

## PENGEMBANGAN DIGITAL MARKETING BERBASIS WEB MOBILE DALAM MEMBANTU UMKM

Puguh Widiatmoko<sup>1</sup>, Sri Wulandari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Informatika, Fakultas Sains & Teknologi, Universitas Teknologi Yogyakarta  
Jl. Siliwangi (Ringroad Utara), Jombor, Sleman, D.I. Yogyakarta  
e-mail: <sup>1</sup>[puguhwidiatmoko123@gmail.com](mailto:puguhwidiatmoko123@gmail.com), <sup>2</sup>[sri.wulandari@staff.uty.ac.id](mailto:sri.wulandari@staff.uty.ac.id)

### Abstrak

*Headmad Studio adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang menjalankan bisnis dalam bidang sablon kaos. Banyak UMKM di berbagai tempat memang menargetkan pasar di daerah sekitar dan jarang menerima pelanggan dari luar daerah. Customer Headmad Studio juga berasal dari Kota Klaten dan kota sekitarnya. UMKM pada umumnya memanfaatkan promosi mulut ke mulut sehingga sulit untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Berdasarkan permasalahan tersebut dibuatlah sebuah sistem berupa aplikasi website dan mobile dengan implementasi pemasaran digital. Pemasaran digital adalah salah satu alat promosi yang mudah dan murah dengan memanfaatkan teknologi dan internet. Pengembangan digital marketing berbasis web mobile ini dilakukan dengan merancang aplikasi yang mampu menampilkan informasi seputar Headmad Studio. Pemanfaatan media sosial dan juga penambahan berbagai fitur yang relevan dengan digital marketing sebagai penunjang promosi. Hasil dari penelitian ini adalah aplikasi web mobile dengan memanfaatkan digital marketing sebagai sarana promosi.*

**Kata kunci:** Pemasaran Digital, Website, Aplikasi Mobile, UMKM, Sablon

### Abstract

*Headmad Studio is a Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) operating in the t-shirt printing business. Many MSMEs in various locations often target local markets and rarely attract customers from outside the area. Headmad Studio's customers also come from Klaten City and its surrounding areas. Generally, MSMEs rely on word-of-mouth promotion, making it difficult to reach a wider market. Based on this issue, a system in the form of a website and mobile application with digital marketing implementation was developed. Digital marketing is one of the easy and cost-effective promotional tools that leverage technology and the internet. The development of this web-mobile-based digital marketing is carried out by designing an application capable of displaying information about Headmad Studio. The use of social media and the addition of various features relevant to digital marketing serve as promotional support. The result of this research is a web-mobile application that utilizes digital marketing as a promotional tool.*

**Keywords:** Digital Marketing, Website, Mobile Application, MSME, Screen Printing

## 1. PENDAHULUAN

UMKM memiliki perkembangan usaha yang tidak sebesar badan usaha lain beromzet besar. Sebagai pemilik usaha UMKM, para pengusaha harus memutar otak agar usaha yang mereka jalankan mampu berjalan dan memproduksi setiap harinya. Walaupun kebanyakan usaha UMKM dijalankan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil, namun banyak masyarakat yang menggantungkan hidupnya dari usaha UMKM. Salah satu bentuk usaha yang termasuk kedalam UMKM adalah usaha sablon baju. Headmad Studio adalah salah satu UMKM yang menjalankan usaha sablon kaos. Studio sablon kaos ini terletak di Jl. Kartini No.RT.08, RW.03, Mojayana, Mojayan, Kec. Klaten Tengah, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57416. Studio sablon kaos ini menerima berbagai pesanan sablon kaos mulai dari kaos komunitas, kaos event, kaos study tour, dan lain-lain. Untuk jenis sablon yang digunakan antara lain sablon rubber dan sablon plastisol. Customer pun dapat memesan sablon kaos dalam berbagai jumlah dari satuan hingga lusinan.

Walaupun sudah sejak tahun 2013 berdiri, namun customer Headmad Studio kebanyakan hanya berada di Kota Klaten. Headmad Studio jarang mendapat customer dari luar kota. Hal ini dikarenakan sistem pemasaran dan promosi yang diterapkan hanya berupa dari mulut ke mulut. Tantangan yang dihadapi dalam pemasaran digital adalah kemampuan sumber daya manusia dalam memahami dan menerapkan teknologi digital [1]. Baru beberapa tahun kebelakang Headmad Studio melebarkan sayap promosi mereka melalui media sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram, dan TikTok. Media sosial adalah kumpulan aplikasi online yang dibuat dengan teknologi internet, yang memfasilitasi pembuatan dan berbagi konten secara daring [2]. Banyak UMKM masih menggunakan teknologi sederhana dalam pemasaran, yaitu menggunakan handphone dan didominasi dengan media WA dan FB. Bahkan, masih banyak UMKM yang menjalankan usahanya secara offline tanpa bantuan teknologi [3]. Walau sudah berusaha beradaptasi dengan perkembangan teknologi, namun pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi masih belum dimaksimalkan oleh Headmad Studio. Permasalahan tersebut dapat diatasi dengan pemasaran digital. Pemasaran digital atau digital marketing adalah penggunaan teknologi untuk membantu aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen dengan cara menyesuaikan dengan kebutuhan mereka [4].

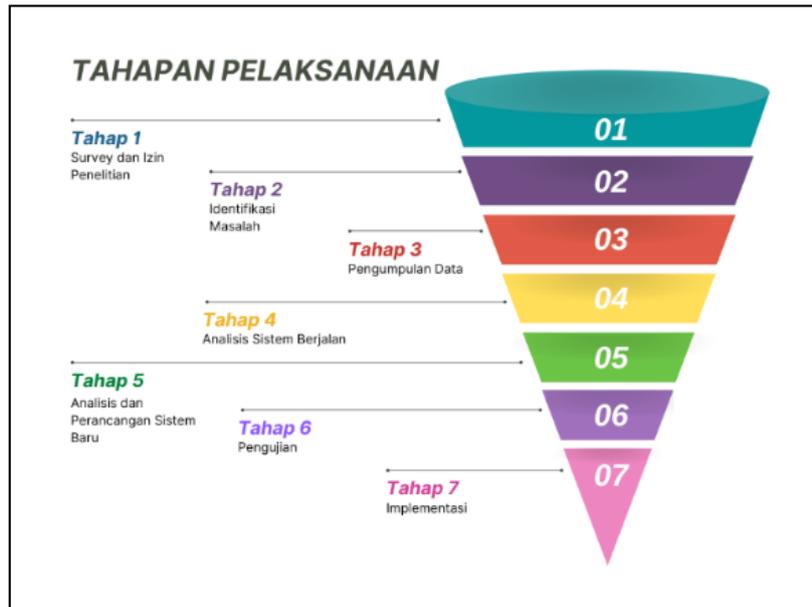
Memanfaatkan website dan mobile sebagai salah satu alat promosi merupakan contoh implementasi pemasaran digital. Penggunaan teknologi digital dalam strategi pemasaran membuka peluang baru untuk mengomunikasikan dan menjual produk serta layanan, yang pada gilirannya menempatkan konsumen sebagai pihak yang memiliki peran penting dalam mengubah cara pemasaran beroperasi secara fundamental [5]. UMKM yang memiliki aplikasi website dan mobile mampu menarik customer baru dan memperluas promosi yang awalnya hanya memanfaatkan promosi dari mulut ke mulut. Dengan mengkombinasikan website, mobile, dan media sosial, nilai jual produk UMKM akan meningkat dan memperluas pasar. Selain sebagai sarana promosi, aplikasi web mobile dapat dimanfaatkan oleh UMKM dengan menambahkan berbagai fitur yang relevan dengan bidang usaha yang dijalankan. Contohnya UMKM sablon kaos dapat menambahkan fitur simulasi pemesanan yang mampu mengkalkulasikan estimasi biaya pemesanan sablon kaos sehingga customer dapat menentukan biaya yang akan mereka keluarkan hingga tracking pemesanan yang dapat melacak progres pemesanan. Implementasi digital marketing dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk bahkan di tengah wabah Covid-19 [6].

Sebuah penelitian tentang pengembangan digital marketing menggunakan media digital berbasis web e commerce dengan mengedepankan loyalitas konsumen dengan konsep Customer Relationship Management (CRM). Penelitian tersebut pun menghasilkan sebuah web digital yang diharapkan mampu mengembangkan pemasaran produk dan jasa pelaku kreatif di Provinsi Sumatera Barat [7]. Adapun penelitian lainnya membahas tentang pembuatan web profile dan pelatihan digital marketing kepada masyarakat dengan memanfaatkan sosial media. Penelitian tersebut pun menghasilkan sebuah aplikasi web profil dan akun Instagram untuk promosi produk pada mitra [8].

Penelitian terhadap aplikasi Pospay membahas tentang pengaruh strategi digital marketing guna meningkatkan penggunaan aplikasi. Penelitian pun menghasilkan nilai positif bagi PT. Pos Indonesia serta dapat meningkatkan kembali pengguna pospay di masyarakat [9]. Pemasaran digital memiliki tujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan penjualan para pelaku UMKM di Indonesia. Warung Pintar Group membagi aktivitas marketing communications menjadi 2 yaitu dengan menargetkan UMKM untuk bergabung di platform Aplikasi Warung Pintar dan menyasar para konsumen untuk berbelanja di mitra Warung Pintar [10].

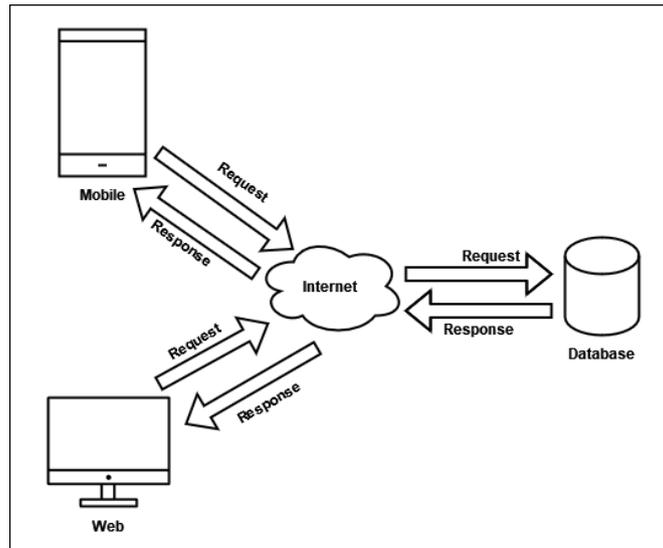
## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian dimulai dengan melakukan tahapan pelaksanaan. Tahapan pelaksanaan akan dilakukan beberapa kegiatan yang dapat menunjang keberlangsungan penelitian. Kegiatan tersebut antara lain adalah survey lokasi dan perizinan, identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis sistem berjalan, analisis dan perancangan sistem baru, pengujian, dan implementasi. Tahapan pelaksanaan akan dilaksanakan dalam rentang waktu yang telah disepakati selama masa penelitian.



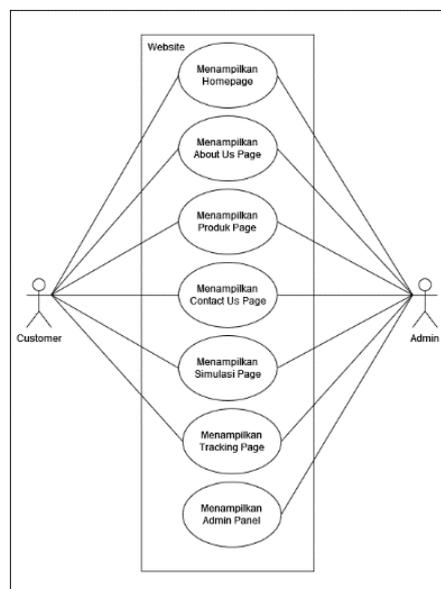
Gambar 1. Bagan Tahapan Pelaksanaan

Arsitektur dari sistem yang akan dibangun akan memiliki antarmuka aplikasi mobile dan website. Website adalah sejumlah halaman web yang memiliki topik saling terkait antar satu halaman dan halaman yang lainnya, yang biasanya ditempatkan pada sebuah server web yang dapat di akses melalui jaringan internet maupun jaringan wilayah lokal (LAN) [11]. Database akan berfungsi sebagai tempat penyimpanan data pemesanan. Web dan aplikasi mobile akan mengirim request ke server/database lewat internet. Server/database yang menerima request dari aplikasi mobile dan web akan melakukan response dan mengirimkannya kembali ke aplikasi mobile dan web melalui internet. Pada aplikasi web, informasi mengenai Headmad studio yang berupa foto, video, dan text seputar sablon akan ditampilkan. Aplikasi web akan memaksimalkan layout, warna, dan tampilan website sehingga dapat menarik pelanggan. Fitur-fitur yang mendukung seperti simulasi pemesanan dan tracking pemesanan akan ditambahkan agar pelanggan dapat mengkalkulasikan estimasi biaya pemesanan sablon kaos serta melacak progres pemesanan tanpa harus datang ke lokasi. Dashboard admin panel juga akan ditambahkan untuk mengontrol data pemesanan yang akan ditampilkan saat fitur tracking pemesanan digunakan. Aplikasi mobile juga akan memiliki fitur yang sama dengan aplikasi web seperti simulasi pemesanan dan tracking pemesanan namun dengan tampilan yang akan disesuaikan dengan aplikasi mobile. Tracking pemesanan menggunakan API untuk menghubungkan aplikasi web dengan aplikasi mobile. API adalah sebuah bahasa dan pesan format yang digunakan oleh program aplikasi untuk berkomunikasi dengan sistem operasi atau program pengendalian lainnya seperti sistem manajemen database (DBMS) atau protokol komunikasi [12].



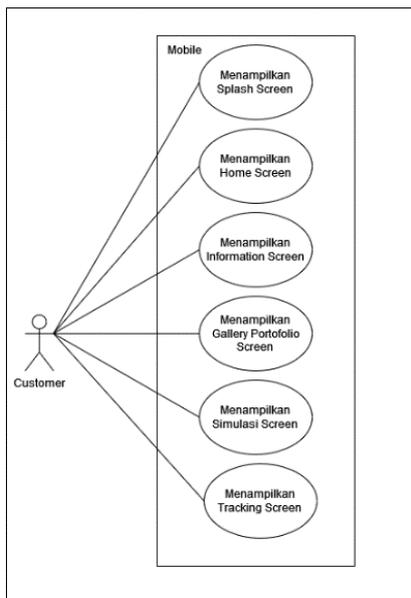
Gambar 2. Arsitektur Model

Use case diagram aplikasi web akan menggambarkan hubungan antara user dengan sistem. Penggunaan use case membantu dalam memahami kebutuhan sistem dan berinteraksi dengan pengguna akhir, sehingga sistem yang akan dikembangkan dapat memiliki fungsi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna [13]. Diagram use case pada sistem ini menampilkan pelanggan dan admin sebagai aktor dan hubungannya dengan sistem serta aktivitas yang dapat dilakukan aktor terhadap sistem. Pada use case diagram aplikasi web terdapat 2 aktor yaitu pelanggan dan admin yang berperan sebagai user dari aplikasi web. Aplikasi website dapat menampilkan homepage, produk, about us, contact us, fitur simulasi pemesanan, dan admin panel. Admin dapat mengakses seluruh fungsi website sedangkan pelanggan hanya dapat melihat homepage, produk, about us, contact us, dan fitur simulasi pemesanan.



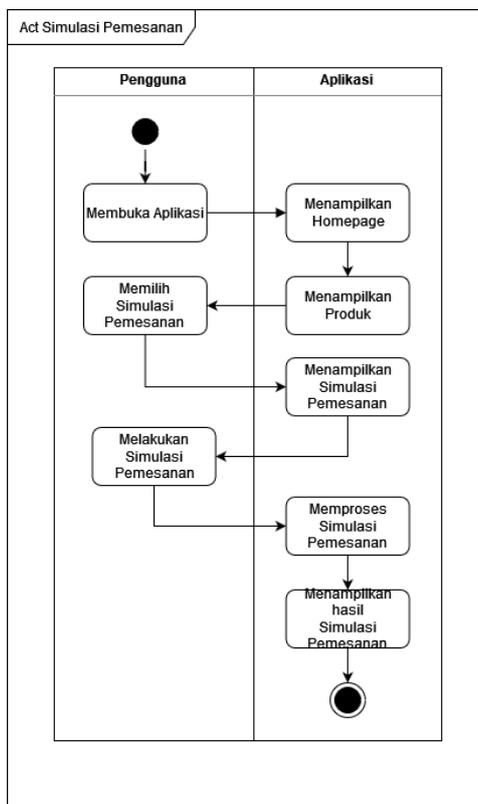
Gambar 3. Use Case Diagram Aplikasi Web

Use case diagram aplikasi mobile menampilkan pelanggan sebagai aktor. Aplikasi mobile dapat menampilkan home, produk, about us, contact us, dan simulasi pemesanan. Aktor pelanggan dapat mengakses seluruh fitur di aplikasi mobile. Aplikasi mobile berorientasi kepada pelanggan sehingga fitur-fitur yang ada di aplikasi mobile lebih sederhana.



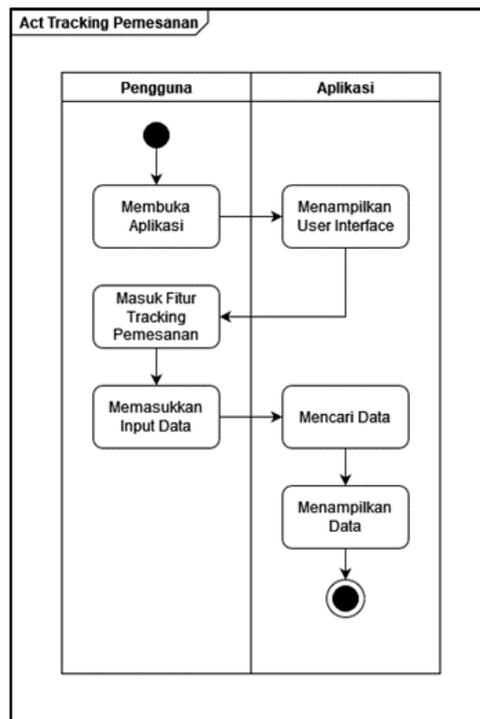
Gambar 4. Use Case Diagram Aplikasi Mobile

Activity diagram pada penelitian ini digunakan untuk menggambarkan aktivitas pada use case yang sebelumnya telah dibuat. Berikut merupakan activity diagram dari sistem yang dikembangkan. Activity Diagram Simulasi Pemesanan memberikan penjelasan mengenai alur dari aktivitas yang dilakukan pengguna saat membuka aplikasi hingga ditampilkannya menampilkan hasil simulasi pemesanan.



Gambar 5. Activity Diagram Simulasi Pemesanan

Activity Diagram Tracking Pemesanan, diagram tersebut memberikan penjelasan mengenai alur dari aktivitas yang dilakukan pengguna saat membuka aplikasi hingga ditampilkannya data dan progres pengerjaan pesanan.

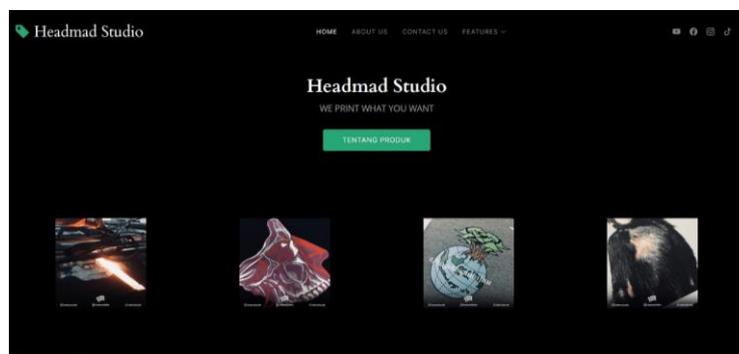


Gambar 6. Activity Diagram Tracking Pemesanan

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

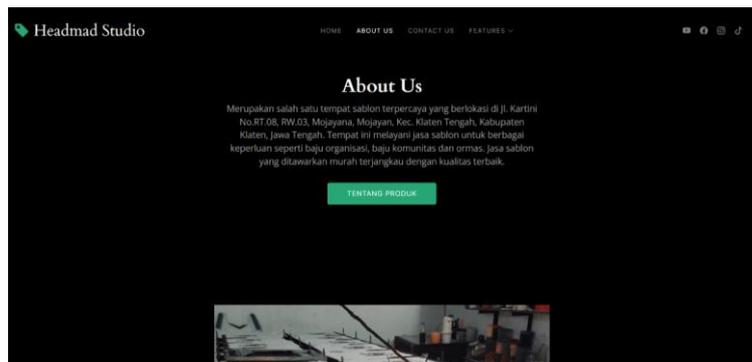
#### 3.1. Implementasi Antar Muka

Pengembangan aplikasi web akan terdiri dari page-page yang masing-masing memiliki fungsi sebagai tempat konten-konten dan fitur aplikasi. Page-page tersebut antara lain Homepage, About Us Page, Contact Us Page, Produk Page, Simulasi Pemesanan Page, dan Tracking Pemesanan Page. Homepage akan menampilkan preview produk dari Headmad Studio dengan menampilkan proses produksi hingga portofolio dari pesanan customer sebelumnya sehingga memberikan gambaran hasil akhir produk yang dihasilkan oleh Headmad Studio. Foto produk yang ditampilkan di digital marketing dibuat terlihat lebih menarik sehingga dapat menarik minat konsumen dan menambah Potential Customer [14]. Pada setiap page, di sudut kanan atas terdapat 4 simbol sosial media seperti Youtube, Facebook, Instagram, dan TikTok yang terafiliasi dengan Headmad Studio sebagai salah satu sarana promosi produk.



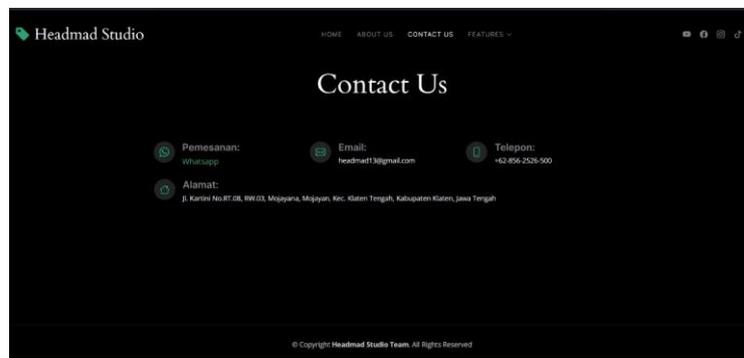
Gambar 7. Homepage

About us page akan menampilkan informasi singkat tentang Headmad Studio beserta foto portofolio produk yang telah dibuat sebelumnya dari customer.



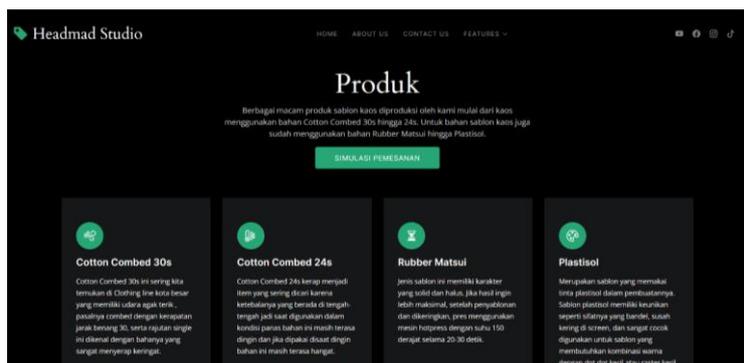
Gambar 8. About Us Page

Contact us page akan memberikan informasi tentang bagaimana cara customer menghubungi Headmad Studio ketika tertarik untuk memesan produk beserta alamat lengkapnya.



Gambar 9. Contact Us Page

Produk page memberikan informasi mengenai detail produk yang diproduksi oleh Headmad Studio mulai dari bahan kaos dan sablon yang dipakai yang dipakai dan daftar harga dari setiap produk.



Gambar 10. Produk Page

Simulasi pemesanan page akan menampilkan fitur dimana customer dapat melakukan simulasi pemesanan produk di Headmad Studio berdasarkan input-input yang tersedia dan akan menampilkan hasil simulasi tersebut dalam bentuk estimasi biaya yang akan dikeluarkan jika melakukan pemesanan produk.



Gambar 11. Simulasi Pemesanan Page

Tracking pemesanan page akan menampilkan fitur dimana user dapat melacak progres pemesanan berdasarkan kode pemesanan sehingga user akan ditampilkan rincian data pemesanan yang disimpan di dalam database.



Gambar 12. Tracking Pemesanan Page

Admin panel page akan menampilkan fitur dimana admin dapat melakukan operasi tambah data pemesanan, edit data pemesanan, menampilkan rincian data pemesanan, dan menghapus data pemesanan.

No	Kode Pemesanan	Nama Customer	Jenis Pemesanan	Jumlah Pemesanan	Status Pemesanan	Action
1	1000003	rangga	kaos rubber 24s	24	Dikerjakan	Rincian Edit Delete
2	1000001	fendi	Kaos Rubber 30s	12	Dikerjakan	Rincian Edit Delete
3	1000002	hari	Polo	48	Selesai	Rincian Edit Delete
4	1000004	John Doe	Kaos Rubber 30s	12	Selesai	Rincian Edit Delete

Gambar 13. Admin Panel Page

Tambah data page akan menampilkan fitur dimana admin dapat melakukan operasi tambah data pemesanan yang inputannya terdiri dari kode pemesanan, nama customer, jenis pemesanan, jumlah pemesanan, dan status pemesanan.

Tambah Data Pemesanan

Kembali

Kode Pemesanan:  
Masukkan Kode Pemesanan

Nama Customer:  
Masukkan Nama Customer

Jenis Pemesanan:  
Masukkan Jenis Pemesanan

Jumlah Pemesanan:  
Masukkan Jumlah Pemesanan

Status Pemesanan:  
Masukkan Status Pemesanan

Simpan

**Gambar 14.** Tambah Data Pemesanan Page

Edit data pemesanan page akan menampilkan fitur dimana admin dapat melakukan operasi edit data pemesanan pada kode pemesanan, nama customer, jenis pemesanan, jumlah pemesanan, dan status pemesanan.

Edit Data Pemesanan

Back

Kode Pemesanan:  
10000003

Nama Customer:  
ringga

Jenis Pemesanan:  
kaos rubber 24s

Jumlah Pemesanan:  
24

Status Pemesanan:  
Dikerjakan

Ubah

**Gambar 15.** Edit Data Pemesanan

Rincian data pemesanan page akan menampilkan fitur dimana admin dapat melihat rincian data pemesanan dari data yang dipilih.

Rincian Data Pemesanan

Back

Kode Pemesanan: 10000002

Nama Customer: hari

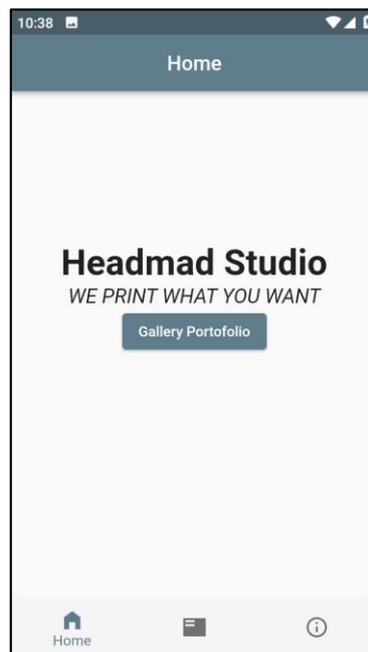
Jenis Pemesanan: Polo

Jumlah Pemesanan: 48

status pemesanan: Selesai

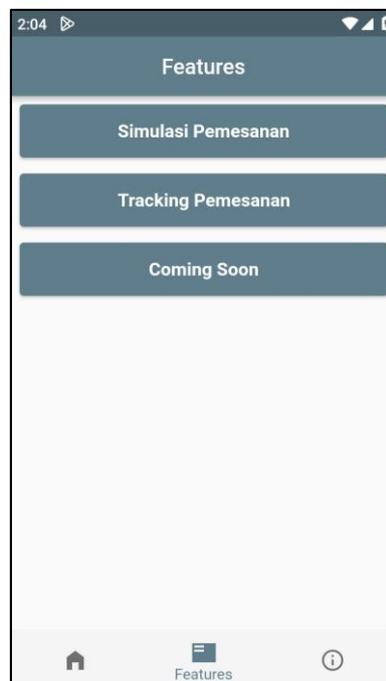
**Gambar 16.** Rincian Data Pemesanan Page

Home screen akan menampilkan screen dimana user pertama kali membuka aplikasi yang berisi nama headmad studio, slogan, dan button gallery portofolio.



**Gambar 17.** Home Screen

Features screen akan menampilkan screen dimana user dapat melihat fitur apa saja yang dapat diakses oleh user di dalam aplikasi yang diantaranya adalah simulasi pemesanan dan tracking pemesanan.



**Gambar 18.** Features Screen

Information screen akan menampilkan screen dimana user dapat melihat informasi dari headmad studio seperti profil singkat (about us) dan kontak.



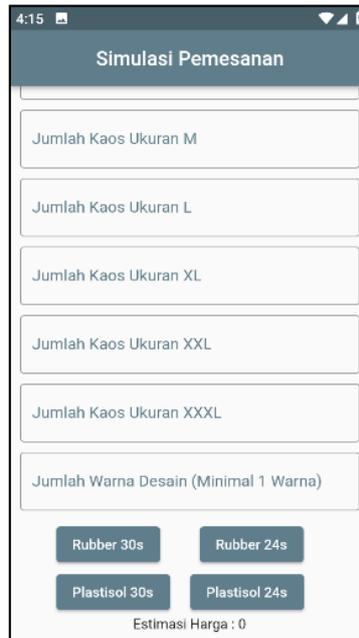
**Gambar 19.** Information Screen

Gallery portofolio screen akan menampilkan screen dimana user dapat melihat berbagai macam foto proyek yang pernah dikerjakan, proses sablon, dan hasil produk kaos.



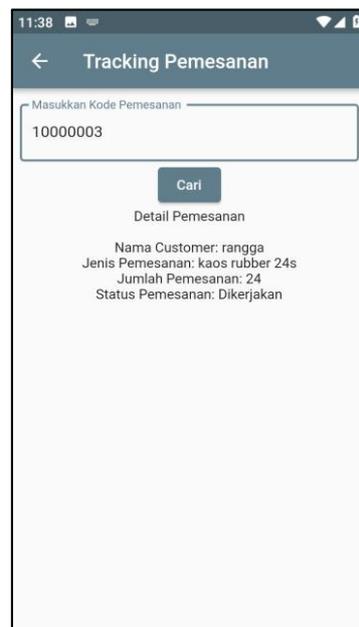
**Gambar 20.** Gallery Portofolio Screen

Simulasi pemesanan screen akan menampilkan screen dimana user dapat melakukan simulasi pemesanan yang hasilnya adalah estimasi harga dari pemesanan tersebut.



**Gambar 21.** Simulasi Pemesanan Screen

Tracking Pemesanan Screen akan menampilkan screen dimana user dapat melakukan pelacakan progres pemesanan berdasarkan kode pemesanan versi aplikasi mobile.



**Gambar 22.** Tracking Pemesanan Screen

### **3.2. Pembahasan**

Dalam penelitian dan pengembangan aplikasi tersebut didapati beberapa temuan sebagai perbandingan dengan beberapa penelitian terkait sebelumnya. Sebagai contoh, penelitian Akhiyar yang berjudul “Pembangunan Digital Marketing Pemasaran Produk & Jasa Kreatif Provinsi Sumatera Barat” menghasilkan aplikasi web digital marketing. Hasil tersebut kemudian dikembangkan lagi oleh penulis hingga menghasilkan aplikasi web dan mobile sebagai implementasi pemasaran digital. Selanjutnya penelitian oleh Ardiyasa yang berjudul “Penerapan Aplikasi Web Profile dan Pelatihan Digital Marketing pada Usaha Budidaya Jamur Tiram di Denpasar Bali” menghasilkan aplikasi web dan akun instagram untuk promosi produk pada mitra. Hasil tersebut kemudian dikembangkan lagi oleh penulis

pada aplikasi web yang mampu untuk terhubung ke berbagai aplikasi sosial media populer seperti Youtube, Facebook, Instagram, dan TikTok untuk meningkatkan promosi produk. Pemanfaatan situs web yang informatif dan mudah dipahami bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mencari informasi. Di sisi lain, media sosial dimanfaatkan untuk berinteraksi dengan konsumen dan calon konsumen, yang juga penting untuk memelihara kesadaran merek dan loyalitas konsumen [15].

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan aplikasi, kesimpulan yang dapat diambil adalah pemasaran digital mampu memberikan nilai lebih ke UMKM dalam hal promosi sehingga mampu bersaing dengan usaha sejenis yang telah ada lebih dahulu; pemasaran digital memiliki potensi yang banyak dalam hal pemasaran yang bertujuan menarik customer melalui media sosial, aplikasi web mobile, dan e-commerce; fitur yang berhubungan dengan pemasaran digital menjadi alternatif yang mudah dan murah bagi UMKM sebagai sarana promosi kepada customer; dan UMKM mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis masa kini. Saran pengembangan lebih lanjut yaitu penambahan fitur-fitur yang mampu menambah value dari pemasaran digital pada aplikasi web mobile headmad studio; penambahan SEO pada aplikasi web sehingga meningkatkan peringkat situs pada mesin pencari ketika dideploy ke internet; meningkatkan performa aplikasi pada sisi UI/UX sehingga user semakin nyaman menggunakan aplikasi; dan pembaharuan konten pada aplikasi secara berkala sehingga aplikasi selalu update terhadap informasi terbaru.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] D. Hendarsyah, "Pemasaran digital dalam kewirausahaan," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, vol. 9, no. 1, pp. 25–43, 2020.
- [2] A. Prasetyowati, J. A. Martha, and A. Indrawati, "Digital marketing." *Edulitera (Anggota IKAPI–No. 211/JTI/2019)*, 2020.
- [3] N. R. Arumsari, N. Lailyah, and T. Rahayu, "Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang," *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, vol. 11, no. 1, pp. 92–101, 2022.
- [4] D. Chaffey and F. Ellis-Chadwick, *Digital marketing*. Pearson uk, 2019.
- [5] A. Rumondang, A. Sudirman, and S. Sitorus, "Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen." Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [6] D. Anggoro and H. Hasugian, "Implementasi Digital Marketing Pada UKM Guna Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Di Masa Pandemi Covid-19," *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, vol. 1, no. 3, pp. 384–391, 2020.
- [7] D. Akhiyar, V. N. Sari, and A. Muhammad, "PEMBANGUNAN DIGITAL MARKETING PEMASARAN PRODUK & JASA KREATIF PROVINSI SUMATERA BARAT," in *Seminar Nasional Inovasi dalam Penelitian Sains, Teknologi dan Humaniora-InoBali*, 2019, pp. 99–107.
- [8] I. W. Ardiyasa, B. M. S. Nirmala, I. P. Ramayasa, A. T. Ndok, and N. F. R. Histingdyah, "Penerapan aplikasi web profile dan pelatihan digital marketing pada usaha budidaya jamur tiram di denpasar bali," *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, vol. 3, no. 3, pp. 105–111, 2021.
- [9] A. Metallici, R. Rohendi, and P. Prihartono, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pospay (Survey Pengguna Aplikasi Pospay Siswa Slta Di Ujung berung)," *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, vol. 3, no. 3, pp. 1635–1642, 2022.
- [10] J. R. Supangat, "Pemanfaatan Digital Marketing Warung Pintar Group Dalam Mengembangkan UMKM Melalui Mobile Aplikasi," *Pemanfaatan Digital Marketing Warung Pintar Group Dalam Mengembangkan UMKM Melalui Mobile Aplikasi*.
- [11] Y. Susilowati, *Modul e-Commerce-Teaching factory for students*. Mutiara Publisher, 2019.
- [12] F. Rizky, N. F. Safira, and B. Syaftian, "Pengembangan Aplikasi Jobbie: Pencarian Dan Penyedia Lapangan Kerja Berbasis Mobile," *eProceedings of Engineering*, vol. 8, no. 6, 2021.

- [13] L. Setiyani, “Desain Sistem: Use Case Diagram,” in *Prosiding Seminar Nasional Inovasi dan Adopsi Teknologi (INOTEK)*, 2021, pp. 246–260.
- [14] A. M. Rahmayanie, A. V. Afiffah, I. D. Anggraini, H. D. Hermawan, L. Mukhlisin, and D. Kurniawan, “Efektivitas Digital Marketing Sebagai Alternatif Pengembangan Strategi Marketing di Konveksi BUMDes,” *Buletin KKN Pendidikan*, vol. 4, no. 2, pp. 123–132, 2022.
- [15] B. L. S. Muhammad and T. L. W. Utami, “Penerapan pemasaran digital sebagai media promosi,” in *UMMagelang Conference Series*, 2023, pp. 501–508.



*ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi*

is licensed under a [Creative Commons Attribution International \(CC BY-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)