



## IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI MANAJEMEN KONTEN PEMASARAN PADA PERUSAHAAN TOUR & TRAVEL BERBASIS WEB

Egi Alif Saputra<sup>1</sup>, Nanang Kurnia Wahab<sup>2</sup>, Syarfi Aziz<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Institut Az Zuhra

<sup>1,2,3</sup> Jl. Melati No.16, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28292

e-mail : <sup>1</sup>[egialifs@gmail.com](mailto:egialifs@gmail.com), <sup>2</sup>[nkwahab.id@gmail.com](mailto:nkwahab.id@gmail.com), <sup>3</sup>[syarfiiaziz@institutazzuhra.ac.id](mailto:syarfiiaziz@institutazzuhra.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan sistem informasi manajemen konten pemasaran berbasis web untuk mendukung kegiatan operasional dan promosi pada Saavia Tour & Travel. Sistem ini dikembangkan untuk mengatasi tantangan dalam pengelolaan konten pemasaran secara manual yang sering kali kurang efisien dan tidak terstruktur. Menggunakan metodologi pengembangan perangkat lunak berbasis waterfall, sistem ini mencakup fitur seperti manajemen paket wisata, pengelolaan artikel promosi, integrasi media sosial, dan pelaporan kinerja pemasaran. Implementasi sistem dilakukan dengan memanfaatkan teknologi terkini, seperti framework web dan database relasional, untuk memastikan skalabilitas dan kemudahan penggunaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sistem ini mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan konten dan memperluas jangkauan promosi secara signifikan. Dengan sistem ini, Saavia Tour & Travel dapat memaksimalkan strategi pemasaran digital untuk menarik lebih banyak pelanggan.

**Kata Kunci** : sistem informasi, konten pemasaran, tour & travel

### ABSTRACT

This study aims to design and implement a web-based marketing content management information system to support operational and promotional activities at Saavia Tour & Travel. The system was developed to address challenges in manually managing marketing content, which is often inefficient and unstructured. Using a software development methodology based on the waterfall model, the system includes features such as tour package management, promotional article management, social media integration, and marketing performance reporting. The implementation leverages modern technologies, including web frameworks and relational databases, to ensure scalability and ease of use. Testing results indicate that the system can improve content management efficiency and significantly expand promotional reach. With this system, Saavia Tour & Travel can optimize digital marketing strategies to attract more customers.

**Keywords** : information system, marketing content, tour & travel

### 1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, industri pariwisata mengalami perkembangan pesat yang ditandai dengan meningkatnya persaingan dalam menyediakan layanan yang efisien dan inovatif. Salah satu faktor kunci dalam keberhasilan pemasaran layanan pariwisata adalah pengelolaan konten yang efektif, baik di platform digital maupun media sosial (Chayati et al., 2023).

Namun Saavia Tour & Travel menghadapi kendala dalam mengelola konten pemasaran secara manual, yang meliputi pembuatan, pengelolaan, dan distribusi informasi kepada calon pelanggan.

Pendekatan manual ini sering kali memakan waktu, rentan terhadap kesalahan, dan kurang terorganisir. Sebagai akibatnya, potensi promosi perusahaan tidak sepenuhnya dimanfaatkan, sehingga mengurangi daya saing pasar (Utami et al., 2024).

Oleh karena itu diperlukan suatu sistem informasi berbasis web yang dirancang khusus untuk mengelola konten pemasaran secara efisien dan meningkatkan jangkauan promosi (Singgalen, 2023). Sistem ini diharapkan mampu membantu Saavia Tour & Travel dalam merencanakan, mengatur, dan menganalisis strategi pemasaran mereka secara lebih terukur dan terintegrasi.



Untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh Saavia Tour & Travel, solusi yang diusulkan adalah pengembangan dan implementasi sistem informasi manajemen konten pemasaran berbasis web. Sistem ini dirancang untuk mengotomatiskan proses pembuatan, pengelolaan, dan distribusi konten pemasaran, sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi risiko kesalahan akibat pengelolaan manual. Sistem ini dilengkapi dengan fitur manajemen konten, integrasi dengan platform media sosial, serta pelaporan analitik untuk memantau performa kampanye pemasaran secara real-time. Dengan menggunakan teknologi modern seperti framework web dan database relasional, sistem ini memastikan skalabilitas dan kemudahan penggunaan. Selain itu, fitur pelacakan data memungkinkan perusahaan untuk menganalisis preferensi pelanggan, sehingga dapat merancang strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif (Budiman et al., 2024). Melalui solusi ini, Saavia Tour & Travel diharapkan mampu memaksimalkan potensi promosi digital mereka, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing di industri pariwisata yang semakin kompetitif.

Dalam penelitian ini, penulis mempertimbangkan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang relevan dan merangkumnya sebagai berikut:

- a. (Melinda & Zein, 2023) meneliti pengembangan sistem informasi berbasis web menggunakan metode *Personal Extreme Programming (PXP)* pada perusahaan tour & travel Today Trip. Sebelum penerapan sistem ini, perusahaan mengandalkan Microsoft Office dan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk manajemen data dan komunikasi, yang menyebabkan ketidakteraturan dalam pengelolaan informasi. Dengan menerapkan metode PXP, mereka berhasil merancang sistem yang mempermudah penyebaran informasi, meningkatkan efektivitas pemasaran, serta memperbaiki komunikasi internal perusahaan. Sistem berbasis web ini memungkinkan manajemen konten yang lebih terstruktur dan mendukung fleksibilitas pengembangan sistem secara iteratif. Penelitian ini relevan dengan pengembangan sistem manajemen konten media sosial berbasis web, karena menunjukkan bagaimana teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan tour & travel melalui digitalisasi.
- b. (Supriatiningsih et al., 2023) Penelitian ini membahas perancangan sistem informasi pembuatan konten media sosial di PT. Bikin Kreatif Digital Agency untuk meningkatkan efisiensi kerja dalam pengelolaan konten digital. Saat ini proses pembuatan konten masih

dilakukan secara manual, yang menyebabkan miss komunikasi, keterlambatan produksi, dan kurangnya keteraturan dalam manajemen data klien. Penelitian ini menerapkan model prototype dalam pengembangan sistem guna mengatasi kendala tersebut. Sistem yang dirancang mencakup pencatatan data klien, pengolahan ide konten dan caption, serta pengelolaan desain secara lebih terstruktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi berbasis web yang dikembangkan mampu mempermudah koordinasi tim, mempercepat akses data, serta meningkatkan efisiensi dalam produksi dan publikasi konten media sosial, sehingga mendukung peningkatan produktivitas dan efektivitas layanan digital marketing perusahaan.

- c. (Zulkarnain & Indrayani, 2025) Penelitian ini membahas perancangan sistem informasi wisata berbasis website untuk Pulau Mansinam guna meningkatkan penyebaran informasi pariwisata yang masih terbatas. Pulau Mansinam memiliki potensi wisata budaya, alam, bahari, dan sejarah yang belum dikelola dengan optimal, sehingga wisatawan kesulitan mendapatkan informasi yang lengkap dan akurat. Penelitian ini menggunakan metode Research and Development (R&D) dengan perancangan sistem berbasis Framework Laravel serta pemodelan menggunakan Unified Modeling Language (UML). Hasil penelitian menghasilkan sistem informasi berbasis web yang memudahkan wisatawan, terutama wisatawan mancanegara, dalam memperoleh informasi terkait destinasi wisata, akses lokasi, serta peta rute menuju Pulau Mansinam. Sistem ini diharapkan dapat meningkatkan promosi pariwisata serta memberikan kemudahan dalam perencanaan perjalanan bagi wisatawan.

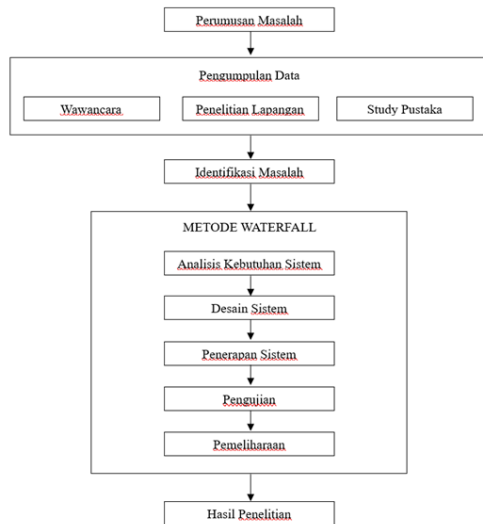
Penelitian sebelumnya telah membahas berbagai aspek dalam pengelolaan sistem manajemen konten, namun masih terdapat beberapa kendala dalam efisiensi proses verifikasi dan distribusi desain. Oleh karena itu, penelitian ini mempertimbangkan hasil-hasil terdahulu sebagai dasar untuk mengembangkan sistem yang lebih terstruktur, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan industri, khususnya dalam manajemen konten pemasaran berbasis web.

## 2. METODE PENELITIAN

Kerangka kerja penelitian berfungsi untuk memberikan tahapan yang jelas dalam pelaksanaan penelitian. Tujuan utamanya adalah memberikan gambaran yang terstruktur serta memperjelas langkah-langkah yang harus dilakukan guna memperoleh hasil akhir penelitian. Proses penelitian dimulai dengan perumusan masalah, diikuti dengan pengumpulan data yang relevan. Selanjutnya, sistem dikembangkan menggunakan model *SDLC Waterfall*, yang terdiri



dari tahapan analisis, perancangan, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Penelitian ini kemudian diakhiri dengan penyajian hasil yang diperoleh (Pargaonkar, 2023). Adapun kerangka kerja penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

Kerangka kerja penelitian ini menguraikan langkah-langkah sistematis dalam pelaksanaan penelitian guna mengembangkan sistem manajemen konten pemasaran berbasis web. Tahapan penelitian disusun berdasarkan model *SDLC Waterfall* dengan rincian sebagai berikut:

**a. Perumusan Masalah**

Langkah pertama dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan utama yang terdapat dalam sistem manajemen konten pemasaran. Fokus utama adalah mencari solusi yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan konten pemasaran di perusahaan Saavia Tour & Travel, Pekanbaru.

**b. Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang relevan dalam perancangan sistem (Suwarti & Zulkifli, 2023). Terdapat tiga metode yang digunakan dalam proses ini:

- 1) Wawancara (*Interview*) – Teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada pihak terkait dalam perusahaan.
- 2) Penelitian Lapangan (*Field Research*) – Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di kantor perusahaan untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat.
- 3) Studi Kepustakaan (*Library Research*) – Mengumpulkan referensi dari buku, jurnal, dan

literatur ilmiah yang mendukung penelitian ini.

**c. Identifikasi Masalah**

Tahap ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan yang ditemukan, merumuskan tujuan penelitian, serta merancang solusi yang sesuai dalam pengembangan sistem manajemen konten pemasaran berbasis web.

**d. Pengembangan Sistem (Model *SDLC Waterfall*)**

Pengembangan sistem mengikuti tahapan dalam model *SDLC Waterfall*, yang terdiri dari:

- 1) Analisis Kebutuhan (*Requirement Analysis*). Mengidentifikasi kebutuhan sistem berdasarkan hasil pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Menentukan spesifikasi yang harus dipenuhi oleh sistem yang akan dikembangkan.
- 2) Perancangan Sistem (*System Design*). Mendesain sistem menggunakan *Unified Modeling Language (UML)*. Membuat berbagai diagram seperti *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Class Diagram*, *Sequence Diagram*, serta desain antarmuka pengguna (*User Interface/UI*) (Syahrul et al., 2024).
- 3) Implementasi (*Implementation*). Mengembangkan perangkat lunak berdasarkan desain yang telah dibuat. Menuliskan kode program dan mengintegrasikan fitur-fitur sistem.
- 4) Pengujian (*Testing*). Menguji sistem untuk memastikan bahwa semua komponen berfungsi dengan baik. Menggunakan metode *Black Box Testing* untuk memverifikasi apakah sistem berjalan sesuai spesifikasi.
- 5) Pemeliharaan (*Maintenance*). Menyesuaikan sistem dengan kebutuhan baru atau memperbaiki kesalahan yang mungkin tidak terdeteksi selama pengujian. Melakukan pembaruan dan optimasi sistem agar tetap berjalan dengan baik.

**e. Hasil Penelitian**

Tahap akhir dari penelitian ini adalah penyajian hasil, baik dalam bentuk aplikasi sistem yang telah dikembangkan maupun laporan penelitian yang mendokumentasikan seluruh proses dan temuan penelitian.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**a. Sistem yang sedang berjalan**

Berdasarkan analisis terhadap sistem manajemen konten pemasaran yang berjalan di Saavia Tour & Travel, konten pemasaran dibuat oleh Tim Desain kemudian dilakukan proses pengecekan konten secara manual oleh Manager. Saat ini, konten pemasaran yang belum diperiksa disimpan dalam *folder* secara terpisah. Namun, metode ini kurang efektif karena berisiko menyebabkan kehilangan atau kerusakan file. Selain itu, jika konten pemasaran yang telah diperiksa tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan, maka

perlu dilakukan revisi yang memakan waktu cukup lama.

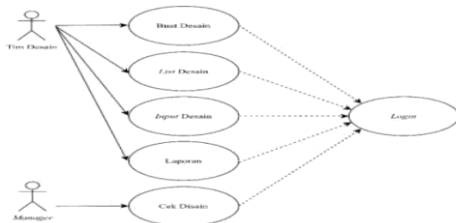
Adapun beberapa kendala utama yang dihadapi dalam sistem manajemen konten pemasaran di Saavia Tour & Travel adalah sebagai berikut:

- 1) Proses pengecekan konten pemasaran masih dilakukan secara manual, sehingga memerlukan waktu yang lama dalam validasi dan persetujuan.
- 2) Tingginya jumlah rancangan konten pemasaran, dengan rata-rata 10 rancangan per hari, menyebabkan keterlambatan dalam produksi konten baru karena seluruh rancangan harus mendapatkan persetujuan dari Manager sebelum dapat digunakan.
- 3) Resiko kehilangan atau kerusakan file akibat penyimpanan manual dalam folder lokal, yang dapat menghambat aksesibilitas dan keamanan data konten pemasaran.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan sebuah sistem manajemen konten berbasis web yang dapat meningkatkan efisiensi dalam proses validasi, penyimpanan, dan pengelolaan konten pemasaran di Saavia Tour & Travel. Adapun sistem manajemen konten yang diusulkan adalah sebagai berikut:

**1. Use case Diagram**

Use Case Diagram merupakan salah satu jenis diagram dalam Unified Modeling Language (UML) yang digunakan untuk menggambarkan interaksi antara pengguna (user) dan sistem dalam suatu lingkungan tertentu (Willyansah et al., 2023). Diagram ini merepresentasikan fungsionalitas sistem secara visual, sehingga mempermudah pemahaman serta komunikasi antara pengembang perangkat lunak dengan klien atau pengguna.



Gambar 2. Use Case Diagram diusulkan

**2. Activity Diagram**

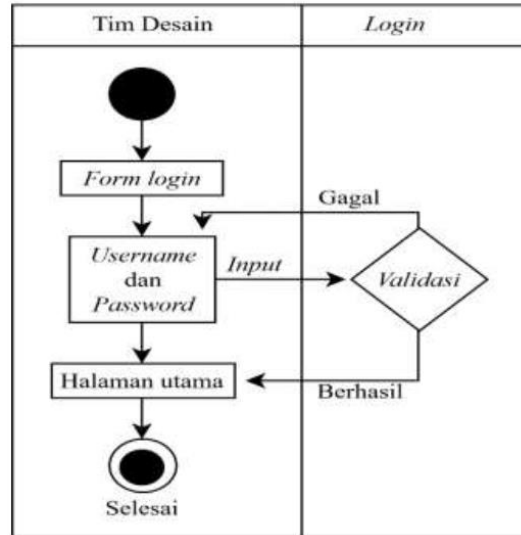
Activity diagram adalah pemodelan yang dilakukan pada suatu sistem dan menggambarkan aktivitas sistem berjalan. Activity diagram digunakan sebagai penjelasan aktivitas program tanpa melihat tampilan (Siska Narulita et al., 2024). Adapun Activity diagram dari sistem manajemen konten pemasaran ini adalah sebagai berikut:

a) Activity Diagram Login Tim Desain

Pada activity diagram login Tim Desain memiliki alur yaitu Tim Desain perencanaan harus masuk ke halaman login, setelah memasuki halaman login sistem akan menampilkan form login



sehingga Tim Desain diharuskan untuk mengisi username dan password, jika username dan password salah maka Tim Desain tidak dapat masuk ke halaman login, ketika username dan password berhasil dimasukan maka akan muncul halaman utama pada sistem.

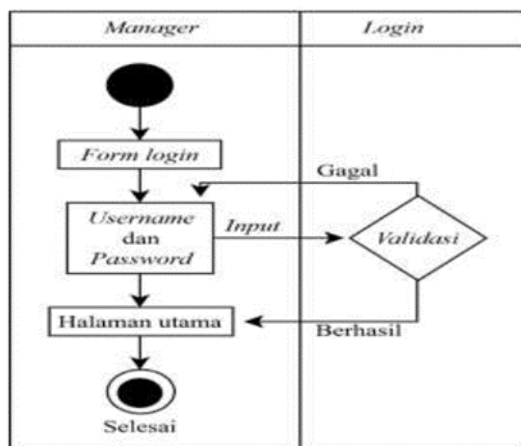


Gambar 3. Activity Diagram Login Tim Desain

b) Activity Diagram Login Manager

Pada Activity Diagram proses login Manager, alur dimulai ketika Manager Pemasaran mengakses halaman login. Setelah halaman login ditampilkan, sistem akan menampilkan form login yang mengharuskan Manager untuk memasukkan username dan password.

Jika username dan password yang dimasukkan tidak valid, maka sistem akan menampilkan notifikasi kesalahan, dan Manager tidak dapat mengakses halaman utama. Sebaliknya, jika username dan password yang dimasukkan benar, sistem akan mengarahkan Manager ke halaman utama untuk mengakses fitur-fitur yang tersedia.



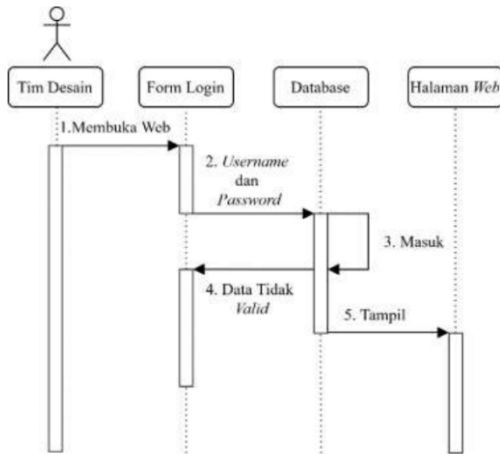
Gambar 4. Activity Diagram Login Manager



**3. Sequence Diagram**

Sequence Diagram adalah suatu diagram yang menggambarkan interaksi objek dan mengindikasikan (memberi petunjuk atau tanda) komunikasi diantara objek-objek tersebut. Sequence diagram digunakan untuk menggambarkan perilaku pada sebuah skenario dan mendeskripsikan bagaimana entitas dan sistem berinteraksi (Wila Marviani BJ et al., 2024). Adapun Sequence diagram dari sistem manajemen konten pemasaran adalah sebagai berikut :

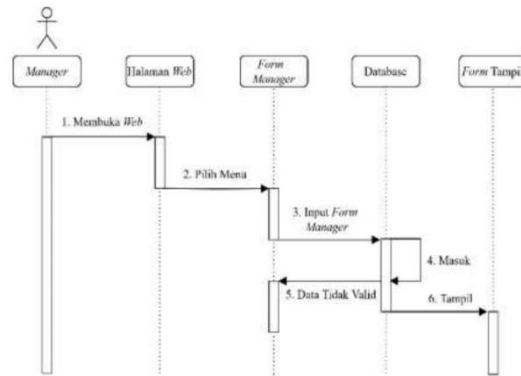
a) Sequence diagram Tim Desain



Gambar 5. Sequence Diagram Tim Desain

Pada Sequence Diagram proses input data oleh Tim Desain, alur dimulai dengan Tim Desain melakukan login melalui form login pada sistem untuk mengakses halaman utama. Setelah berhasil masuk ke halaman utama, Tim Desain menginput data desain yang akan disimpan ke dalam database. Jika data desain yang diinput tidak valid, maka sistem akan menolak penyimpanan, dan data tidak akan masuk ke database. Sebaliknya, jika data desain yang diinput valid, maka sistem akan menyimpan data tersebut ke dalam database dan menampilkannya pada form tampilan. Form ini nantinya akan digunakan oleh Manager sebagai laporan untuk melakukan pengecekan terhadap desain konten yang telah diunggah.

b) Sequence diagram Manager

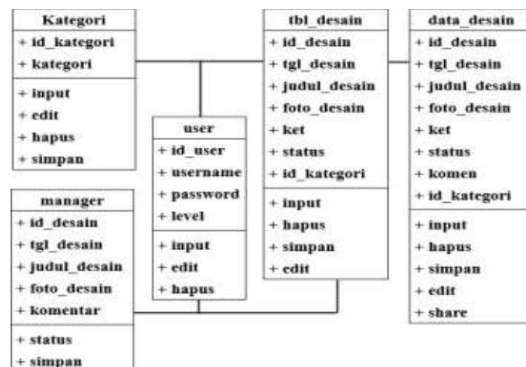


Gambar 6. Sequence diagram Manager

Pada Sequence Diagram proses input data oleh Manager, alur dimulai dengan Manager melakukan login melalui form login pada sistem untuk mengakses halaman utama. Jika proses login berhasil, sistem akan menampilkan halaman utama khusus untuk Manager. Pada halaman ini, Manager dapat melihat daftar desain yang telah diunggah oleh Tim Desain melalui form tampilan. Selanjutnya, Manager dapat memilih desain untuk disetujui atau direvisi. Jika desain perlu direvisi, Manager akan memberikan catatan revisi dan menginput kembali data ke dalam form tampilan. Data ini kemudian dapat diakses oleh Tim Desain untuk melakukan revisi atau membuat desain baru sesuai dengan arahan Manager.

**4. Class Diagram**

Salah satu diagram dalam Unified Modeling Language (UML) yang digunakan untuk menampilkan kelas-kelas dalam suatu sistem adalah Class Diagram. Diagram ini berfungsi untuk memberikan gambaran struktural mengenai sistem yang akan dikembangkan, termasuk hubungan antar kelas serta atribut dan metode yang dimiliki (Vista et al., 2023). Berikut adalah Class Diagram yang diusulkan untuk sistem yang dikembangkan.



Gambar 7. Class Diagram



**b. Hasil Aplikasi**

**1. Form Login**

Pada *Form login*, terdapat dua jenis pengguna yang dapat mengakses sistem, yaitu Manager dan Tim Desain. Fungsi utama dari *Form login* adalah memberikan akses autentikasi kepada pengguna dengan cara memasukkan *username* dan *password*. Setelah proses *autentikasi* berhasil, pengguna dapat mengakses fitur sesuai dengan hak akses yang dimilikinya. Bentuk tampilan dari *form login* yang diusulkan adalah sebagai berikut:



Gambar 8. *Form Login*

**2. Input Data User**

*Input data user* merupakan proses pemasukan data oleh pengguna ke dalam sistem berbasis web. Data yang dimasukkan akan digunakan untuk keperluan pengelolaan dan pemrosesan informasi dalam sistem. Berikut adalah tampilan dari proses *input data user*:



Gambar 9. *Input Data User*

**3. Form Edit User**

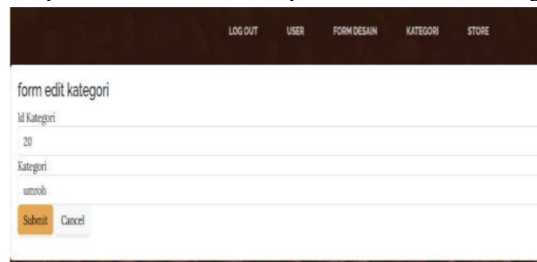
*Form Edit user* ini berfungsi ketika Manager atau Tim Desain ingin mengubah data akun atau *password* ketika terjadi kesalahan. Berikut gambar *Form Edit User*:



Gambar 10. *Form Edit User*

**4. Input Data Kategori**

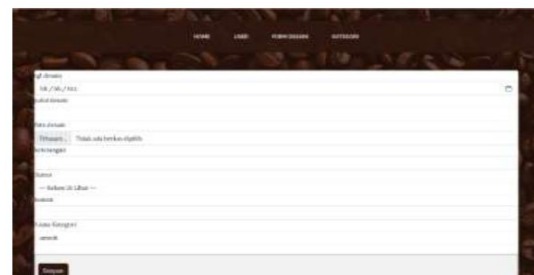
Sebelum memasukkan data ke dalam form input desain, pengguna harus terlebih dahulu menginput data pada form kategori. Hal ini bertujuan agar field kategori dapat dikenali dan digunakan dalam form input desain. Data kategori yang dimasukkan harus sesuai dengan jenis desain yang akan dibuat. Misalnya, jika desain berkaitan dengan umroh, maka kategori yang dipilih harus umroh. Berikut adalah tampilan form input data kategori:



Gambar 11. *Input Data Kategori*

**5. Form Input Desain**

Pada form input desain, Tim Desain memasukkan data rancangan desain konten dengan mengisi informasi yang diperlukan pada form yang telah disediakan. Setelah semua data terisi, Tim Desain menekan tombol "Simpan" untuk menyimpan data ke dalam sistem. Berikut adalah tampilan dari form input data desain:



Gambar 12. *Form Input Desain*



**6. Form Tampil Desain**

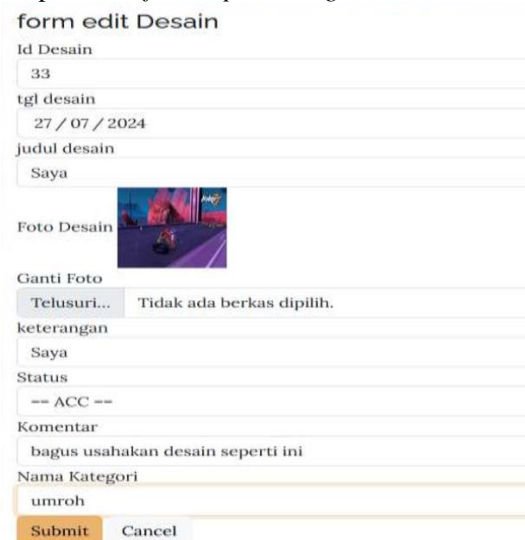
Pada halaman ini, data desain yang telah diinput oleh Tim Desain akan ditampilkan pada form tampilan desain konten. Form ini berfungsi untuk menampilkan daftar desain konten yang telah tersimpan dalam sistem. Berikut adalah tampilan dari form tampilan desain:



Gambar 13. Form Tampil Desain

**7. Form Input Manager**

Form input Manager berfungsi untuk melakukan revisi dan memberikan persetujuan terhadap desain yang diajukan oleh Tim Desain. Form ini memungkinkan Manager untuk meninjau, menilai, serta memberikan umpan balik terkait desain yang telah diunggah. Berikut adalah tampilan dari form input manager:

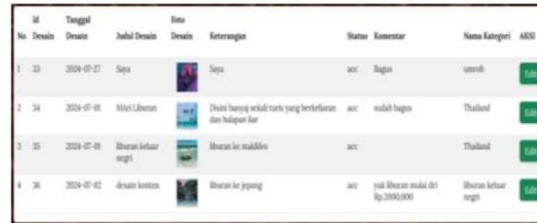


Gambar 14. Form Input Manager

**8. Form Tampil Manager**

Form tampil Manager berfungsi untuk menampilkan data yang telah diinput oleh Manager. Selain itu, form ini juga terhubung dengan form tampilan desain, sehingga Manager dapat melihat dan meninjau desain yang telah diajukan oleh Tim

Desain. Berikut adalah tampilan dari form Tampil manager:



Gambar 15. Form Tampil Manager

**9. Fitur Share**

Fitur "Share" berfungsi untuk membagikan setiap desain yang telah disetujui oleh Manager ke berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Whatsapp, Instagram dan lain sebagainya. Fitur ini memungkinkan penyebaran konten pemasaran secara lebih luas dan efisien.



Gambar 16. Fitur Share

**4. KESIMPULAN**

Pengembangan sistem manajemen konten pemasaran berbasis web dapat meningkatkan efisiensi dalam proses pengelolaan desain di Saavia Tour & Travel. Sistem yang dirancang memungkinkan Tim Desain untuk menginput, menyimpan, dan menampilkan desain secara lebih terstruktur. Manajer dapat melakukan pengecekan, memberikan persetujuan, atau merevisi desain melalui fitur yang telah disediakan. Selain itu, integrasi fitur "share" memungkinkan desain yang telah disetujui untuk dibagikan ke media sosial, sehingga mempermudah proses pemasaran. Implementasi sistem ini diharapkan dapat mengatasi permasalahan proses pengecekan manual, potensi kehilangan file, serta keterlambatan dalam persetujuan desain, sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja tim dalam mengelola konten pemasaran.

**5. REFERENSI**

- Budiman, D., Datya, A. I., Wartono, T., Judijanto, L., Sudipa, I. G. I., Kurniawan, H., Rakhmadani, D. P., Pasrun, Y. P., & Setiono, D. (2024). *Sistem Informasi Manajemen: Panduan Praktis dalam Pembangunan Sistem Informasi Manajemen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Chayati, C., Upe, R., & Thaha, A. (2023). Analisis Optimasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Tour dan Travel di Masa Pandemi (Studi Kasus Pada PT Hijrah Madani Istiqomah Tour). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 4(1), 44–56. <https://doi.org/10.60023/rj9r1p40>
- Melinda, V., & Zein, A. (2023). Perancangan Sistem Informasi Tour Dan Travel Berbasis Web Menggunakan Metode Personal Extreme Programming (PXP) Pada Today Trip. *Jurnal Ilmu Komputer*, 6(1).
- Pargaonkar, S. (2023). A Comprehensive Research Analysis of Software Development Life Cycle (SDLC) Agile & Waterfall Model Advantages, Disadvantages, and Application Suitability in Software Quality Engineering. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 13(8), 120–124. <https://doi.org/10.29322/IJSRP.13.08.2023.p14015>
- Singgalen, Y. A. (2023). Destination Branding dan Optimalisasi Performa Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) melalui Sistem Informasi Desa Wisata Berbasis Bauran Pemasaran 9P. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 5(1), 79–88. <https://doi.org/10.47065/josh.v5i1.4353>
- Siska Narulita, Ahmad Nugroho, & M. Zakki Abdillah. (2024). Diagram Unified Modelling Language (UML) untuk Perancangan Sistem Informasi Manajemen Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (SIMLITABMAS). *Bridge: Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Telekomunikasi*, 2(3), 244–256. <https://doi.org/10.62951/bridge.v2i3.174>
- Supriatiningsih, S., Dwi Mulyanto, J., Sutrisno, S., & Adha Safira, B. (2023). Perancangan Sistem Informasi Pembuatan Konten Media Sosial PT. Bikin Kreatif Digital Agency Purwokerto. *Informatics and Computer Engineering Journal*, 3(1), 59–64. <https://doi.org/10.31294/icej.v3i1.1710>
- Suwarti, & Zulkifli. (2023). PEMODELAN PROTOTYPE SISTEM INFORMASI SURAT MASUK DAN SURAT KELUAR BERBASIS WEB (STUDI KASUS:INSTITUT AZ ZUHRA). *Jurnal Informatika, Manajemen Dan Komputer*, 15(2), 61–67. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36723/juri.v15i2.611>
- Syahrul, Zulkifli, & Alam, S. (2024). IMLEMENTASI FRAMEWORK BOOTSTRAP DALAM PEMBUATAN APLIKASI PENGELOLAAN SAMPAH PLASTIK (STUDI KASUS: CV. SANIS GROUP PLASTIK). *Jurnal Informatika, Manajemen Dan Komputer*, 16(1), 193–199. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36723/juri.v16i1.687>
- Utami, T., Purnomo, B., Estiana, R., Padilah, H., Harto, B., Judijanto, L., Munizu, M., Adrian, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Nurrohman, R. (2024). *UMKM DIGITAL: Teori dan Implementasi UMKM pada Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Vista, U. F., Tou, N., & Endraswari, P. M. (2023). Application of the Object Oriented Analysis Method and Design Web Profile at MA Darussalam Pangkal Pinang. *Jurnal Ecotipe (Electronic, Control, Telecommunication, Information, and Power Engineering)*, 10(2), 181–190. <https://doi.org/10.33019/jurnalecotipe.v10i2.4298>
- Wila Marviani BJ, Santi Ika Murpratiwi, Dwi Ratnasari, & Herliana Rosika. (2024). Design and Development of a Website-Based “Agriplan” Information System to Help Plant Care. *Journal of Computer Science and Informatics Engineering (J-Cosine)*, 8(2), 171–179. <https://doi.org/10.29303/jcosine.v8i2.618>
- Willyansah, Putra, A. M. I., & Tawakal, F. (2023). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PELAPORAN KOMPUTER LABORATORIUM AMIK TRI DHARMA PEKANBARU. *Jurnal Informatika, Manajemen Dan Komputer*, 15(1), 44–49. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36723/juri.v15i1.539>
- Zulkarnain, Z., & Indrayani, L. (2025). Perancangan Sistem Informasi Wisata Pulau Mansinam Berbasis Website Menggunakan Framework Laravel. *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 13(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35889/jutisi.v13i3.2474>