

# SISTEM INFORMASI MONITORING MARKETING PADA CV DAMAY RAYA BERBASIS WEB

Carles Adi Pranata\*<sup>1)</sup>, Ahmad Jazuli<sup>2)</sup>, Tutik Khotimah<sup>3)</sup>

1. Universitas Muria Kudus, Indonesia
2. Universitas Muria Kudus, Indonesia
3. Universitas Muria Kudus, Indonesia

## Article Info

**Kata Kunci:** Monitoring, Marketing, Web

**Keywords:** Marketing, Monitoring, Web

## Article history:

Received 29 January 2023

Revised 5 February 2023

Accepted 3 March 2023

Available online 1 June 2023

## DOI :

<https://doi.org/10.29100/jupi.v8i2.3683>

\* Corresponding author.

Corresponding Author

E-mail address:

[201851233@std.umk.ac.id](mailto:201851233@std.umk.ac.id)

## ABSTRAK

Dalam aktifitas perusahaan CV Damay Raya melakukan sebuah pemantauan (monitoring) terhadap marketing, dan juga melihat aktifitas yang telah diikuti serta melakukan evaluasi. Di dalam monitoring marketing masih dilakukan dengan secara manual sehingga membutuhkan waktu yang lama dalam pengecekan aktifitas. Maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan tujuan membangun sistem informasi monitoring marketing untuk merubah aktifitas yang dilakukan secara manual menjadi terkomputerisasi. Dalam penelitian ini untuk pengambilan sumber data primer penulis menggunakan metode wawancara dan observasi. Metodologi SDLC (waterfall) digunakan dalam pengembangan sistem penelitian ini. Metode ini sering juga disebut model sekuensial linier (sequential linier) atau alur hidup klasik (classic life cycle), dan pengujian sistem yang dilakukan menggunakan metode Black Box dan kuisioner terhadap beberapa karyawan yang menggunakan aplikasi yang terdiri dari 1 admin, 1 BDO dan 2 MIO di dapat nilai skor akhir 178 dengan itu total skor tertinggi adalah 200 untuk rata – rata skor jumlahnya 89%, hasil pengujian menunjukkan aplikasi ini berjalan dengan baik. Penelitian yang dilakukan menghasilkan sebuah perancangan Sistem informasi monitoring market-ing berbasis web bermanfaat dalam melakukan monitoring, dan mempermudah dalam membuat laporan harian atau bu-lanan serta bisa mengevaluasi setiap kegiatan yang berjalan.

## ABSTRACT

The company's activities, CV Damay Raya monitors marketing and looks at the activities that have been followed, and evaluates them. Marketing monitoring is still done manually, so it takes a long time to check activities. Therefore the authors conducted research intending to build a marketing monitoring information system to change activities carried out manually to computerized. In this study, the authors used interviews and observation methods to collect primary data sources. The SDLC (waterfall) methodology was used in the development of this research system. This method is often also called a linear sequential model or classic life cycle, and system testing is carried out using the Black Box method and a questionnaire on several employees using an application consisting of 1 admin, 1 BDO and 2 MIO the final score is 178, with the highest total score being 200 for an average score of 89%, the test results show that this application is running well. The research resulted in a design of a web-based marketing monitoring information system that is useful in monitoring and makes it easier to make daily or monthly reports and evaluate every activity running.

## I. PENDAHULUAN

Salah satu faktor yang paling penting untuk meningkatkan produktivitas kerja di suatu instansi dapat dilihat dari kualitas sumber daya manusianya. Salah satu cara untuk bisa mengetahui kualitas tersebut dengan dilakukan pemantauan [1]. Tujuannya adalah untuk mengetahui seorang karyawan dengan baik atau tidaknya dalam menjalankan tugasnya.

Meninjau, melaporkan, mengumpulkan, dan menindaklanjuti informasi tentang proses yang sedang dilaksanakan adalah bagian dari siklus pemantauan tugas. Sistem pemantauan ini juga dapat digunakan untuk mengevaluasi dan mengatur data dan informasi terkait untuk membantu penyelesaian tugas dalam suatu organisasi. [2].

CV Damay Raya adalah Instansi yang bergerak di bidang jasa konsultan pertanian, CV Damay Raya menjunjung tinggi komitmen sebagai prioritas, berkomitmen memajukan dan mengoptimalkan hasil panen serta kualitas tanaman. CV Damay Raya mendengarkan keluh kesah dan memberikan edukasi ke petani untuk memahami ilmu pengetahuan dan pelayanan produk CV Damay Raya untuk kebutuhan petani.

CV Damay Raya selama pemantauan *marketing* masih secara manual dengan cara melaporkan *planning* aktifitas per hari dengan prosedur kerja mengunjungi 10 petani dan 10 kios dalam setiap harinya. Setiap kunjungan harus melaporkan foto yang memberikan keterangan dan dia kirim melalui grup whatsapp di wilayah masing – masing. Permasalahan yang sering terjadi banyak karyawan yang melakukan kecurangan dengan memanipulasi foto kunjungan yang seharusnya dikirim hari ini tapi di kirim hari selanjutnya. Dan permasalahan selanjutnya adalah proses laporan rekap aktifitas dalam satu bulan yang selalu mengalami keterlambatan karena karyawan harus menyiapkan hardfile masing – masing [3].

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Metode pengumpulan data yang digunakan dalam analisis menggunakan metode observasi dan wawancara. Untuk Metode pengembangan sistem menggunakan Metode *waterfall*, metode ini sering juga disebut model sekuensial linier (sequential linier) atau alur hidup klasik (classic life cycle). Model air terjun menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara sequential atau terurut dimulai dari analisis, desain, pengodean, pengujian, dan tahap pendukung (support).

Dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yaitu penelitian dari (Ningrum, Witanti & Santikarama, 2019) Dalam kegiatan *marketing* diperlukan *monitoring* dalam melihat perkembangan kegiatan *marketing* dalam memantau pengerjaan tugasnya pada saat di lokasi untuk mengunjungi konsumen baru untuk melihat perkembangan yang *terupdate* selama *marketing* menjalankan tugasnya. Oleh karena itu peneliti membutuhkan sebuah sistem informasi *monitoring marketing* dengan melihat informasi keberadaan lokasi dengan menggunakan GPS yaitu layanan berbasis lokasi untuk menemukan lokasi *marketing* saat menjalankan tugasnya.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi maka peneliti mengusulkan sistem *monitoring marketing* yang mampu mengelola dan melakukan pemantauan kepada seluruh *marketing* agar perusahaan tetap terjaga. Sistem ini diharapkan mampu membantu pemilik untuk dapat mengelola perusahaan semakin efektif dan efisien.

## II. METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini untuk mengumpulkan data dalam rangka penelitian pemecahan masalah dan pengujian untuk menentukan hasil dari suatu masalah. Menggunakan teknik yang digunakan penulis dalam penyelidikan ini, antara lain:

### A. Metode Pengumpulan Data

#### a) Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap hal atau kondisi yang terjadi di lapangan sambil mengumpulkan data. [4].

#### b) Wawancara

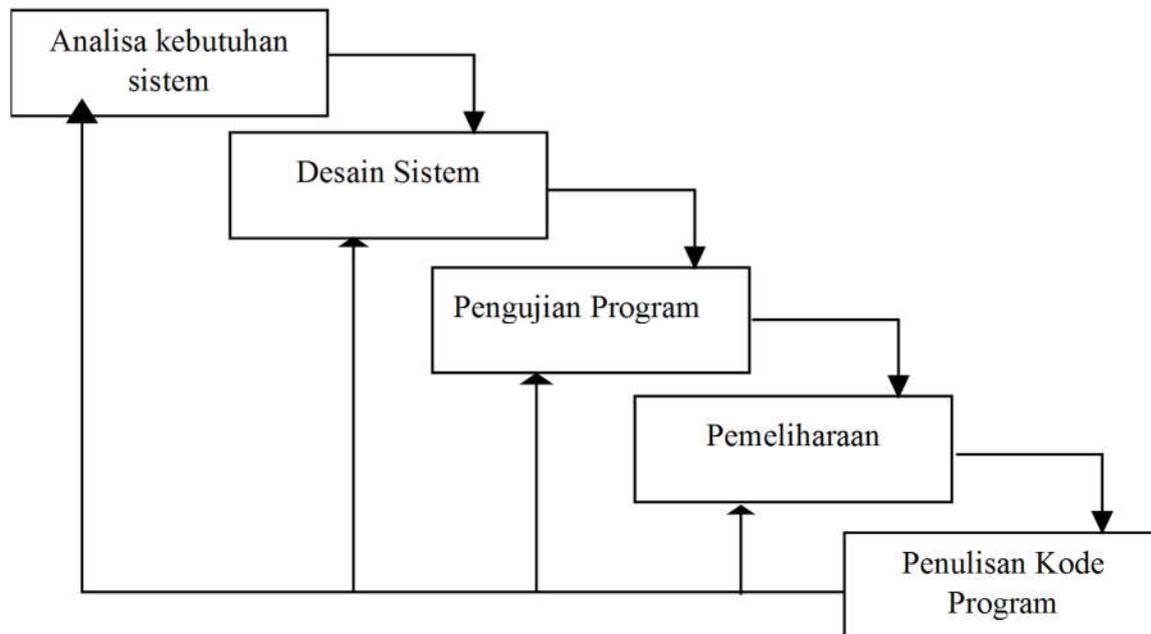
Wawancara langsung dengan calon pengguna yang pada akhirnya akan memanfaatkan aplikasi GPS ini dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dan mengetahui lebih jauh tentang spesifikasi aplikasi yang dibutuhkan. [5].

#### c) Studi Pustaka

Pengumpulan fakta dan data melalui bacaan buku dan sumber internet yang dapat dijadikan pedoman debat dalam penelitian ini [6].

### B. Metode Pengembangan Sistem

Metode penelitian yang diterapkan oleh penulis yaitu menggunakan metode waterfall. Metode waterfall merupakan model SDLC air terjun atau sering disebut alur hidup klasik (Rosa dan M. Shalahuddin, 2013). Tahapan yang digunakan dalam metode ini ada 5 tahapan yaitu Analisi Kebutuhan, Desain Sistem, Penulisan Kode Program, Pengujian Program dan Pemeliharaan. Berikut adalah gambaran dari tahapan metode waterfall :



Gambar 1. Tahapan Waterfall

a. Analisa Kebutuhan

Tahapan ini penulis melakukan proses pengumpulan kebutuhan secara menyeluruh untuk kebutuhan sistem yang dibangun. Pengumpulan data dilakukan wawancara dengan pengguna sistem sehingga tahu yang dibutuhkan pengguna dengan begitu penulis dapat memahami apa keinginan pengguna untuk sistem penjualan dan inventori ini.

b. Desain Sistem

Tahapan desain sistem dibuat sesuai dengan data yang diperoleh saat analisa kebutuhan, proses desain sistem termasuk dengan struktur data, representasi antarmuka, arsitektur sistem dan prosedur pengkodean. Sistem ini menggunakan PHP sebagai bahasa pemrograman dan MySQL sebagai database, untuk representasi antar data sistem monitoring marketing ini menggunakan DFD yaitu *data flow diagram* dan *context diagram*.

c. Penulisan Kode Pemrograman

Pada tahapan ini desain ditranslasikan kedalam sistem dengan bahasa pemrograman yang dapat dimengerti, penulis menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL, proses ini disebut *coding*. Keluaran yang didapat yaitu sebuah sistem yang bisa berjalan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna yang telah dirancang saat tahapan desain sistem.

d. Pengujian

Tahapan ini penulis melakukan pengujian sistem secara menyeluruh apakah masih ada kesalahan atau tidak, sehingga fungsional sistem semua berjalan, untuk pengujian sistem penulis menggunakan *black box testing* dan pengujian kuisioner.

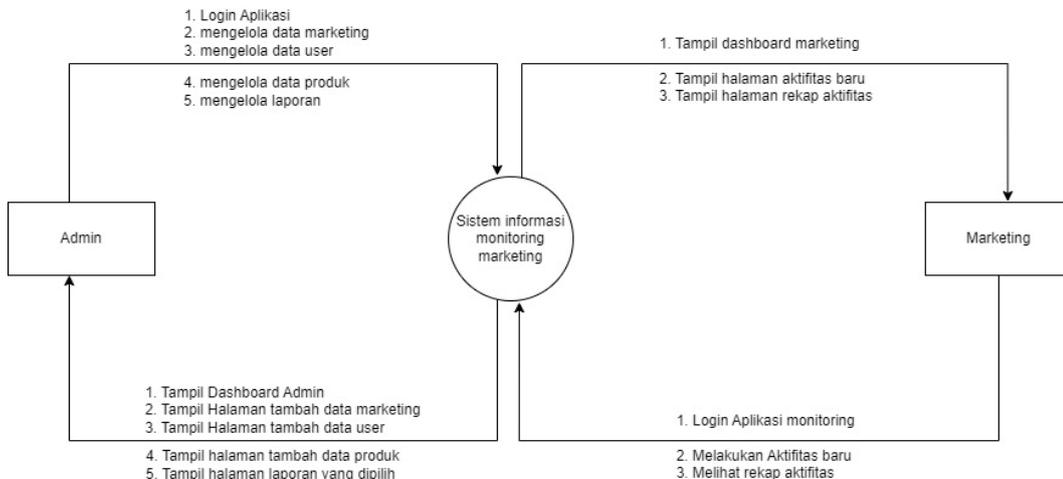
e. Pemeliharaan

Tahapan pemeliharaan dilakukan penulis untuk merawat sistem tidak menutup kemungkinan sistem terjadi kesalahan yang tidak terdeteksi saat pengujian. Tahapan ini dilakukan setelah semua tahapan diatas dilakukan.

Kelebihan menggunakan metode air terjun (waterfall) adalah metode ini memungkinkan untuk departementalisasi dan kontrol. proses pengembangan model fase one by one, sehingga meminimalis kesalahan yang mungkin akan terjadi. Dan instrumen pengujian yang akan dilakukakan menggunakan metode Black Box Testing dan pengujian kuisioner.

C. Context Diagram

Dapat dilihat pada Gambar 1 *Context Diagram* dari program Aplikasi Sistem Monitoring Marketing Berbasis Web CV Damay Raya :

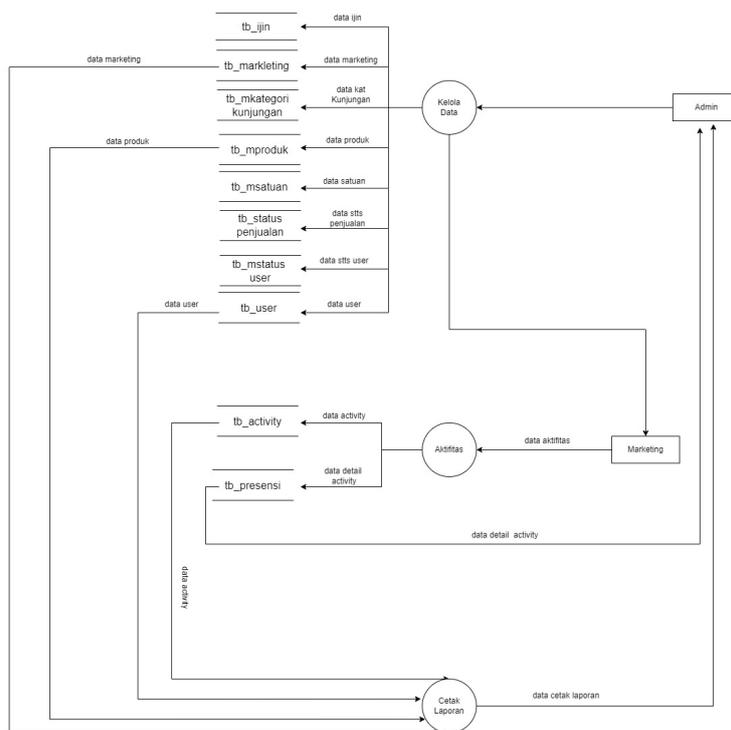


Gambar 2. Context Diagram

*Admin* mempunyai lima perintah untuk menerapkan hak akses (*Input*), termasuk *login* ke aplikasi pemantauan dan mengelola data marketing, data pengguna, data produk, dan laporan. Saat *login*, sistem akan menghasilkan (*Output*) berupa perintah-perintah yang diperoleh *admin*. menampilkan halaman dashboard admin, halaman tambah data *marketing*, halaman tambah data user, halaman tambah data produk, dan halaman laporan terpilih saat cetak laporan [9]. *Marketing* memiliki tiga hak akses (*Input*) yang dapat digunakan, antara lain login ke aplikasi monitoring, melakukan tindakan baru, dan melihat informasi rekap aktivitas terbaru. dasbor marketing, halaman aktivitas baru saat terjadi, diikuti oleh halaman rekap aktivitas terbaru jika Anda ingin mendapatkan ringkasan aktivitas terkini[10].

D. DFD Level 0

Dapat dilihat pada gambar 2 *Data Flow Diagram Level 0* dari Sistem informasi *Monitoring Marketing* berbasis *Web* di CV Damay Raya :



Gambar 3. DFD Level 0

a. Proses Kelola Data

Proses kelola data merupakan sebuah proses dimana *admin* mengelola semua data dari data ijin, data marketing, data kategori kunjungan, data produk, data satuan, data status penjualan, data status *user* dan data *user*. Pemaparan tersebut merupakan urutan proses *input* berbagai data yang tersedia di aplikasi, dan untuk data aktifitas bisa dilihat oleh admin.

b. Proses *Activity Marketing*

Merupakan sebuah proses kelola data aktifitas kemudian data detail data aktifitas/ rekap data aktifitas dan data produk yang masuk dapat dilihat oleh *marketing*.

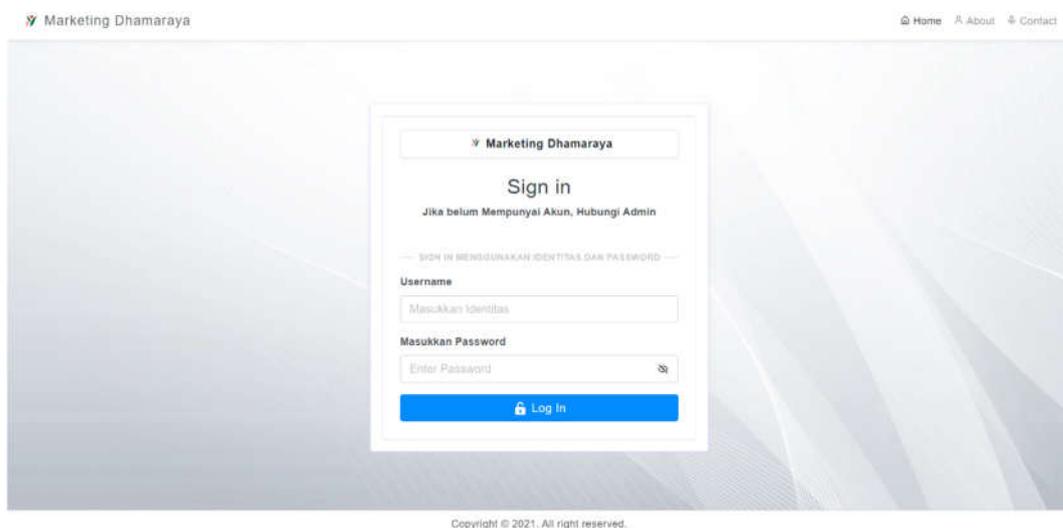
c. Proses Cetak Laporan

Merupakan sebuah proses dimana *admin* mengurus jenis cetak laporan yang ada di aplikasi.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Tampilan Login

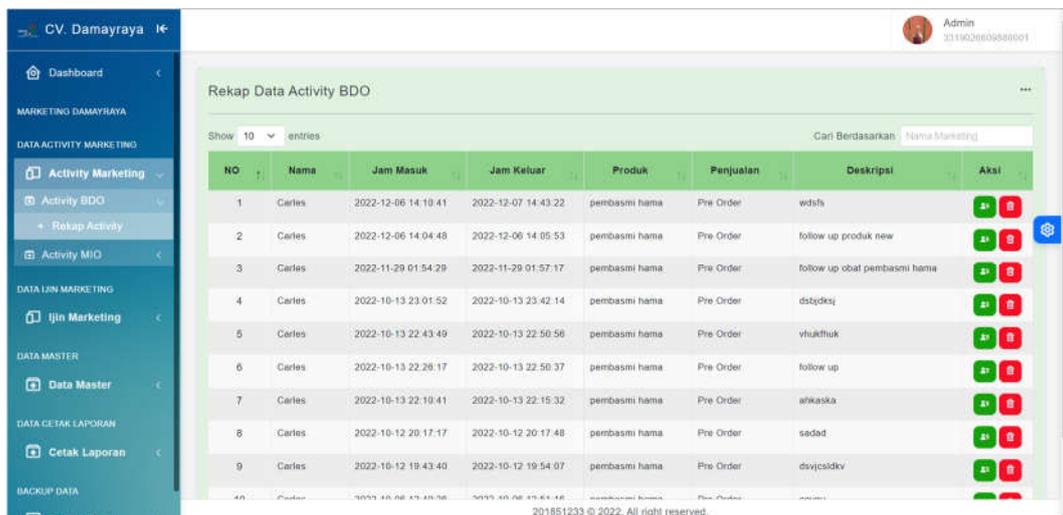
Tampilan masuk aplikasi dimana pengguna harus mengisi *username* dan *password* terlebih dahulu.



Gambar 4. Tampilan Login

#### B. Rekap Activity Marketing

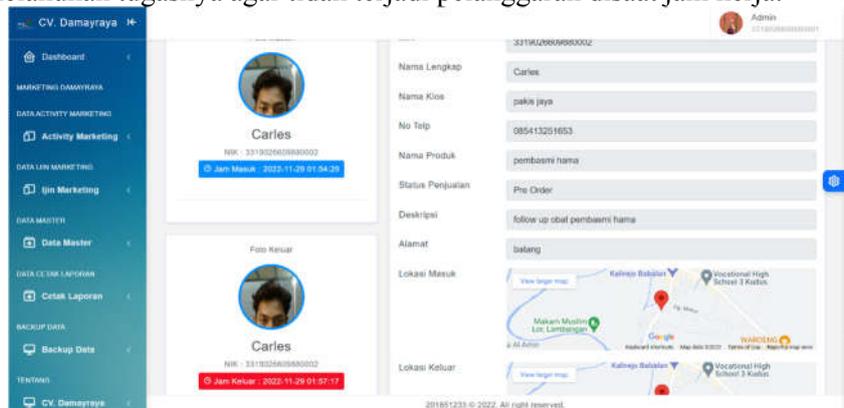
Halaman ini saat *admin* mau melakukan pengecekan data aktifitas terbaru yang dilakukan oleh *marketing*.



Gambar 5. Rekap Activity Marketing

### C. Detail Activity Marketing

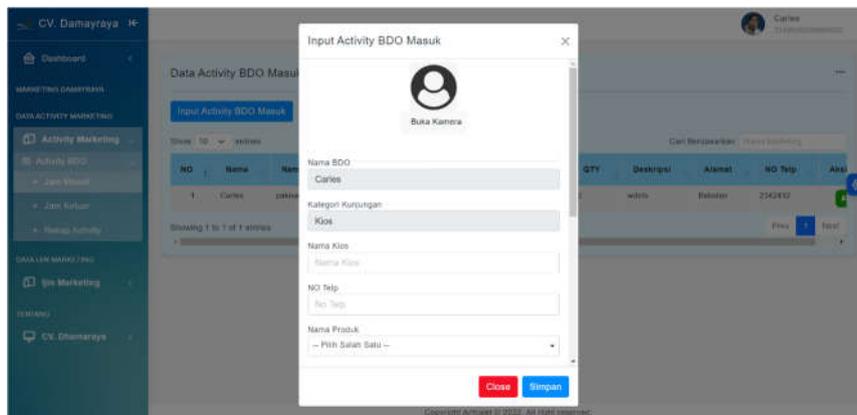
Halaman yang muncul bila *admin* melakukan pengecekan lokasi masuk dan lokasi keluar marketing disaat *marketing* melakukan tugasnya agar tidak terjadi pelanggaran disaat jam kerja.



Gambar 6. Tampilan Detail Activity

### D. Activity Masuk

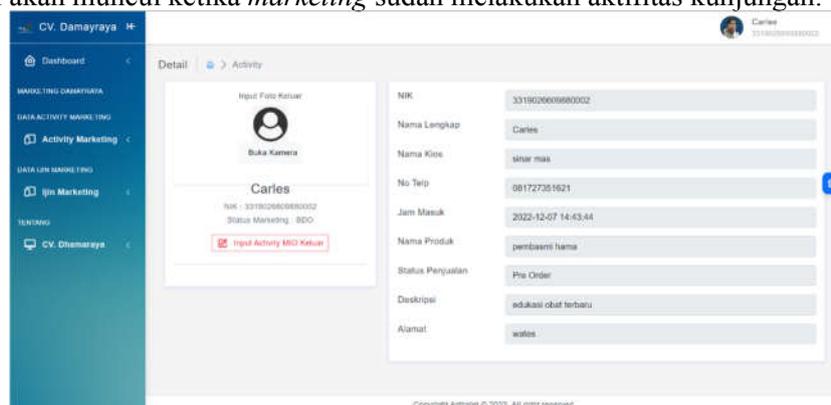
Tampilan ini akan muncul saat *marketing* akan melakukan aktifitas kunjungan baru.



Gambar 7. Tampilan Activity Masuk

### E. Activity Keluar

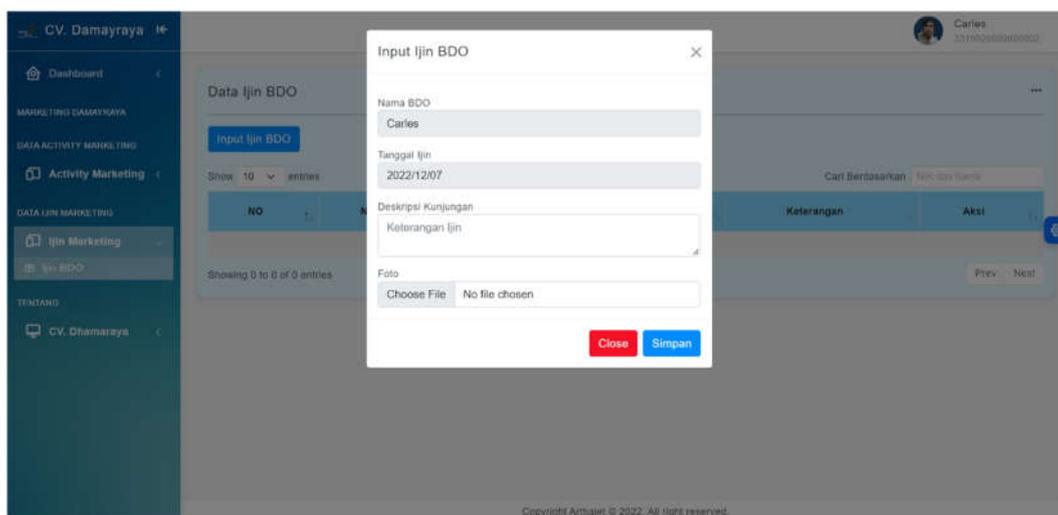
Tampilan ini akan muncul ketika *marketing* sudah melakukan aktifitas kunjungan.



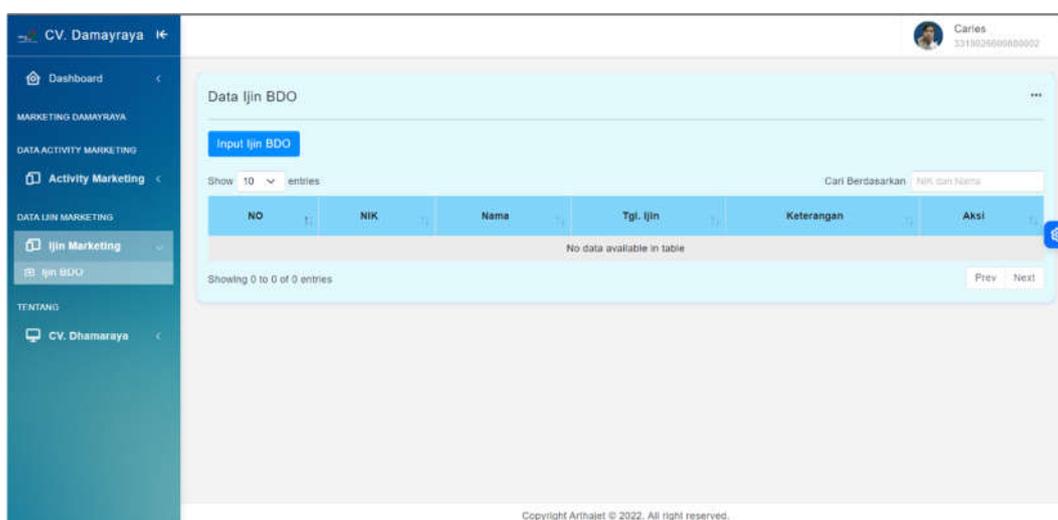
Gambar 8. Tampilan Activity Keluar

### F. Tampilan Ijin

Tampilan ini digunakan untuk *marketing* bila *ijin* tidak bisa berangkat kerja. .



Gambar 9. Tampilan Input Ijin



Gambar 10. Tampilan Ijin

### G. Pengujian Black Box

Pengujian blackbox pada aplikasi sistem informasi *monitoring marketing* dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Pengujian Blackbox

No	Aktivitas Pengujian	Relasi yang diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1	Login Memasukkan username dan password	Masuk halaman dashboard	[√] Berhasil [ ] tidak berhasil	Login Berhasil
2	Form tambah <i>marketing</i> Mengisi data <i>marketing</i>	Data <i>marketing</i> tersimpan di <i>data-base</i> lalu kembali ke halaman Data <i>marketing</i>	[√] Berhasil [ ] tidak berhasil	Tambah <i>marketing</i> berhasil
3	Form edit data <i>marketing</i> Mengedit data <i>marketing</i>	Data yang diedit berhasil tersimpan dan kembali ke halaman data <i>marketing</i>	[√] Berhasil [ ] tidak berhasil	Edit <i>marketing</i> berhasil
4	Form hapus <i>marketing</i> Menghapus salah satu data <i>marketing</i>	Data <i>marketing</i> terhapus dari <i>data-base</i> dan kembali ke halaman data <i>marketing</i>	[√] Berhasil [ ] tidak berhasil	Hapus <i>marketing</i> berhasil
5	Form tambah produk Menambahkan data produk	Data produk tersimpan ke <i>database</i> dan kembali ke halaman data produk	[√] Berhasil [ ] tidak berhasil	Tambah produk berhasil
6	Form hapus produk Menghapus salah satu data produk	Data produk terhapus dan data tersimpan lalu kembali ke halaman data produk	[√] Berhasil [ ] tidak berhasil	Hapus produk berhasil
7	Form Detail <i>Activity marketing</i> Melihat detail <i>activity marketing</i>	Melihat detail <i>activity marketing</i>	[√] Berhasil [ ] tidak berhasil	Melihat detail <i>activity marketing</i>

8	Cetak Laporan Memilih laporan yang akan di-cetak	Data laporan yang dipilih tampil dan tercetak	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> tidak berhasil	Cetak laporan berhasil
9	Form <i>Input Activity</i> Masuk Melakukan <i>input activity masuk</i>	Data <i>Activity masuk</i> berhasil tersimpan	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> tidak berhasil	<i>Input activity</i> masuk berhasil
10	Form <i>Input activity</i> keluar Melakukan <i>input activity keluar</i>	Data <i>Activity masuk</i> dan berhasil tersimpan di <i>database</i> dan kembali ke halaman Rekap data <i>activity</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> tidak berhasil	<i>Input activity marketing</i> berhasil
11	Form Izin <i>marketing</i> Melakukan Izin <i>marketing</i>	Data izin berhasil tersimpan di <i>database</i> dan kembali ke halaman data izin	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> tidak berhasil	Input Izin <i>marketing</i> berhasil
12	Form detail izin <i>marketing</i> Melihat detail izin <i>marketing</i>	Melihat detail izin <i>marketing</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> tidak berhasil	Melihat detail izin <i>marketing</i> berhasil
13	Form hapus izin <i>marketing</i> Menghapus salah satu data izin <i>marketing</i>	Data izin <i>marketing</i> terhapus dan data tersimpan lalu kembali ke halaman data izin <i>marketing</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> tidak berhasil	Hapus izin <i>marketing</i> berhasil
14	Form Hapus data rekap <i>activity marketing</i> Memilih data yang akan dihapus	Data rekap <i>activity marketing</i> berhasil dihapus	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> tidak berhasil	Hapus data rekap <i>activity</i> berhasil
15	Form Tambah data satuan Memasukkan data satuan baru	Data yang ditambah tersimpan dan kembali ke halaman data satuan	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> tidak berhasil	Tambah data satuan berhasil
16	Form Edit data satuan Memilih salah satu data untuk di edit	Data yang di edit tersimpan dan kembali ke halaman data satuan	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> tidak berhasil	Edit data satuan berhasil
17	Form Hapus data satuan Memilih data yang akan dihapus dan melakukan penghapusan	Data yang dipilih terhapus dan kembali ke halaman data satuan	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> tidak berhasil	Hapus data satuan berhasil
18	Form Tambah status penjualan Memasukkan data status penjualan baru	Data yang ditambah tersimpan dan kembali ke halaman data status penjualan	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> tidak berhasil	Tambah data status penjualan berhasil
19	Form Edit data status penjualan Memilih salah satu data untuk di edit	Data yang di edit tersimpan dan kembali ke halaman data status penjualan	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> tidak berhasil	Edit data status penjualan berhasil
20	Form Hapus data status penjualan Memilih data yang akan dihapus dan melakukan penghapusan	Data yang dipilih terhapus dan kembali ke halaman data status penjualan	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> tidak berhasil	Hapus data status penjualan berhasil

#### H. Pengujian Kuisoner

Kuisoner adalah pengumpulan data yang berupa pertanyaan dan jawaban dari responden atau pemakai aplikasi untuk memberikan penilaian terhadap aplikasi monitoring marketing berbasis web pada CV Damay Raya dengan memberikan pertanyaan ke pada 4 karyawan terdiri dari 1 admin dan 1 karyawan perkerja yang ada di perusahaan tersebut guna untuk mengetahui sejauh mana aplikasi ini berjalan dengan baik dan sesuai yang di harapkan oleh pengguna atau tidak.

Dan untuk itu responden akan memiliki 4 nilai jawaban yang disediakan di dalam kuisoner tersebut diantaranya (Sangat Setuju) ST = 5 , (Setuju) S = 4 , (Cukup Setuju) CS = 3 , (Tidak Setuju) TS = 2 , dan berikut di bawah ini hasil pengujian kuisoner tentang sistem aplikasi ini.

Maka dari itu hasil pengujian dari ke 4 responden dari admin mengumpulkan darinilai ST = 25 S = 12 CS = 6 TS = 0 , jumlah skor nilai 43 , BDO mengumpulkan dari ST = 15 S = 24 CS = 3 TS = 0 , jumlah skor nilai 42 , MIO 1 mengumpulkan dari ST = 35 S = 12 CS = 0 TS = 0 , jumlah skor nilai 47 , dari MIO 2 mengumpulkan dari ST = 30 S = 16 CS = 0 TS = 0 jumlah skor 46 , kemudian dari jumlah skor tersebut mendapat skor akhir 178 dengan itu total skor tertinggi adalah 200 untuk rata – rata skor jumlah nya 89 % dan aplikasi tersebut dapat di implementasikan .

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

##### A. Kesimpulan

Adanya sistem informasi *monitoring marketing* berbasis *web* membantu memudahkan dalam kelola daftar masuk produk, kelola kegiatan marketing, kelola data marketing, dan mengatasi pelanggaran marketing disaat jam kerja. Dengan adanya sistem informasi *monitoring marketing* terbukti membantu admin dan karyawan dalam mempermudah membuat ringkasan laporan dan evaluasi kegiatan karyawan setiap mingguan atau bulanan.

##### B. Saran

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis memberikan saran bagi para pembaca yaitu : perlu adanya tambahan *monitoring* transaksi penjualan untuk sistem ini untuk mengetahui kelola data keuangan masuk dan keluar. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan fitur untuk menyempurnakan fungsi aplikasi agar menjadi lebih maksimal.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis berterimakasih kepada Allah SWT, Dosen dan Mahasiswa Universitas Muria Kudus atas dukungan dan kerjasamanya serta kepada seluruh pihak lainnya yang telah berperan dalam kelancaran serta kemudahan dalam penulisan artikel ini, sehingga penelitian ini berhasil dilaksanakan dengan baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hurrijal, Ahsanus Syek. 2020. Sistem Informasi Monitoring Sales Berbasis Web Pada PT. Arifindo Mandiri TDC Pamanukan. Jurnal FIKI. Vol. 10 No. 2, Universitas Subang, Subang.
- [2] A, Dyah. 2020. Sistem Monitoring Kegiatan Akademik Siswa Menggunakan Website, Jurnal Teknokompak. Vol. 14, Universitas Teknokrat Indonesia, Bandar Lampung.
- [3] Ningrum, Dwi Cahya. 2019. Pembangunan Sistem Informasi Monitoring Sales Pada CV. Dunia Sandang. Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi
- [4] Nurkarima, Iin. 2020. Sistem Monitoring Penelusuran Minat dan Bakat Mahasiswa. Jurnal Explore. Vol 10 No. 2, Universitas Mulawarman, Kota Samarinda.
- [5] Haryono, Kholid. 2017. Sistem Informasi Monitoring Wiraniaga. Jurnal Masyarakat Informatika (Jumanji). Vol. 01 No. 1, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- [6] Prawira, Satria Yudha. 2018. Pembangunan Sistem Informasi Monitoring Distribusi Pada PT. Bimandiri Agro Sedaya. Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi. P. Wigner, "Theory of traveling-wave optical laser," *Phys. Rev.*, vol. 134, hal. A635-A646, Dec. 1965.
- [7] Firmansyah, Yoki. 2021. Sistem Informasi Monitoring Siswa Sebagai Media Pengawasan Orang Tua Berbasis Website. Jurnal Informatika Kaputama (JIK), Vol. 5 No. 1, Pontianak, Kalimantan Barat.
- [8] Yendriki, Septiyani. 2021. Aplikasi Monitoring Kinerja Pegawai Pada Dinas Perkebunan Dan Peternakan Kabupaten Pelalawan, Skripsi, Universitas Islam Riau, Pekanbaru.
- [9] Rahayu, Nurlaila Suci. 2020. Implementasi Sistem Informasi Monitoring Pengolahan Data Inventory Gudang Pada PT. Talaga Mulya Indah. Jurnal Vol 6 No. 2, Universitas Raharja
- [10] Agung, Lalu Muhammad. 2019. Sistem Informasi Penilaian dan Monitoring Kinerja Aparatur Sipil Negara Kota Mataram (Studi Kasus Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kota Mataram). Jurnal J-COSINE, Vol. 3, No. 1, Universitas Mataram, Lombok NTT.