



Promosi Website di RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur

Agus Syukur^{1*}, Ratna Puspita², Briyan Givan³, Andi Nabilah Nur Ashilah⁴, Hanifan Huzatul Islam⁵, Ananda Rafly⁶, Bintang Azhara Aji⁷

Universitas Nusamandiri, Indonesia | agus.gss@nusamandiri.ac.id

Universitas Nusamandiri, Indonesia | ratna.ppt@nusamandiri.ac.id

Universitas Nusamandiri, Indonesia | bryan.bgv@nusamandiri.ac.id

Universitas Nusamandiri, Indonesia | andi.nabilah@gmail.com

Universitas Nusamandiri, Indonesia | hanifanhuzatulislam657@gmail.com

Universitas Nusamandiri, Indonesia | 25210035@nusamandiri.ac.id

Universitas Nusamandiri, Indonesia | bintangazhara921@gmail.com

Correspondence Author*

Abstract

A website is an information system service that is very important in providing and informing about a product or service to a company, agency, or state and educational institution. This activity aims to provide understanding to the residents of RW 013 Cipinang Melayu, East Jakarta regarding the use and benefits of websites in providing information and services. The output targeted in this activity is to help residents understand the benefits of websites and help them in creating websites.

Keywords: Promotion, Website, RW 013 Cipinang Melayu

Abstrak

Website merupakan suatu layanan sistem informasi yang sangat penting dalam menyediakan dan menginformasikan sebuah produk atau jasa layanan pada suatu perusahaan, instansi, maupun lembaga negara dan pendidikan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada warga RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur terkait kegunaan dan manfaat website dalam pemberian informasi dan pelayanan jasa. Adapun luaran yang ditargetkan dalam kegiatan ini adalah membantu warga memberi pemahaman tentang manfaat website dan membantunya dalam membuat website.

Kata Kunci: Promosi, Website, RW 013 Cipinang Melayu

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi dan era digital terlihat sangat pesat dan mengalami perubahan dan kemajuan yang sangat signifikan. Internet merupakan salah satu teknologi informasi yang paling efektif dalam membagikan informasi. Internet saat ini sudah banyak dimanfaatkan dalam berbagai bidang dalam berbagi informasi. Salah satu teknologi informasi yang memanfaatkan internet adalah website. Website merupakan salah satu bentuk teknologi informasi yang dapat digunakan untuk bertukar informasi antar pengguna dengan cepat dan mudah melalui jaringan internet. Website saat ini sudah dimanfaatkan oleh berbagai lembaga sebagai media informasi dan promosi. (Andi Sofyan Anas, dkk, 2022, hlm. 23).

Data pengguna internet di tahun 2019 menunjukkan prosentase 56 persen dari total jumlah penduduk Indonesia. Artinya hampir 180 juta penduduk Indonesia sudah bisa mengakses internet. Perubahan dan peningkatan penggunaan internet di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya selesainya proyek penggelaran kabel *Fiber Optic Palapa Ring* yang bertujuan menyambung jaringan internet ke seluruh wilayah Indonesia, dan banyaknya penduduk Indonesia yang sudah menggunakan ponsel pintar (smartphone) yang bisa digunakan untuk mengakses berbagai media termasuk website. (Sutarsyah, 2020, hlm. 84)

Bunyamin, Linti Budi Wahyuni dan Rinda Cahyana dalam (Harkamsyah Andrianof, 2018) mengatakan bahwa website atau situs merupakan kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara atau gabungan dari semuanya sebagai data informasi mengenai suatu lembaga, instansi, atau organisasi. Ketika seseorang mengakses website, maka halaman pertama yang akan ia lihat adalah *home-page*. Dalam *home-page* biasanya tertera beragam menu yang ditawarkan dan dipromosikan oleh website tersebut. (Sutarsyah, 2020, hlm. 84). Website merupakan salah satu dari produk teknologi informasi yang sangat relevan dibutuhkan dalam interaksi digital saat ini, mengingat website sendiri merupakan media penyebaran informasi dalam dunia informasi digital. (Padas, 2021, hlm. 7).

Sebelum adanya website dan internet, dahulu sebuah lembaga, instansi, organisasi, atau perusahaan hanya dapat mempromosikan produk atau jasa pelayanannya melalui informasi dari mulut ke mulut secara manual, menyebarkan brosur, atau menuliskannya di surat kabar. Akan tetapi ketika sudah ada internet, maka dengan media website, perusahaan atau lembaga bisa mempromosikan produk atau jasa pelayanannya dengan mudah. (Rofil M. Nur dan Romi Hardianto, 2021, hlm. 43)

Website memiliki banyak manfaat dan kegunaan, diantaranya sebagai media penghubung kegiatan e-commerce, baik dalam dunia perdagangan, pelayanan pendidikan, pelayanan jasa, dan literasi digital. Dengan mengakses website melalui internet, interaksi fisik sudah tidak lagi terpengaruh oleh jarak dan waktu. Artinya seluruh informasi yang dibutuhkan oleh seseorang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. (Anwar, R. N, 2021, hlm. 324).

Adapun data pelanggan yang mengunjungi situs website menurut Global Web Index sebanyak 62% di seluruh dunia. Jika penduduk dunia berjumlah 7 miliar, maka jumlah pengunjung website berkisar 3,9 miliar. Oleh sebab itu, sebagai individu, lembaga, organisasi,

maupun perusahaan seyogyanya memanfaatkan website sebagai media branding atau promosi produk dan jasa untuk menarik pelanggan atau konsumen. Website memiliki banyak fungsi dan kebermanfaatan, diantaranya sebagai media promosi, branding, mengenalkan produk atau merek, menyebarkan informasi kepada masyarakat luas, dan meningkatkan pelayanan dan penjualan. (Firman Irsyad, 2019, hlm. 12).

Namun demikian, dengan banyaknya manfaat yang ditawarkan oleh internet diantaranya website, akan tetapi masih banyak juga individu/perorangan, lembaga, maupun organisasi yang masih belum bisa memanfaatkan penggunaan website untuk mempromosikan produk atau jasanya, membranding merek atau produk dan jasanya, dan menyebarkan informasi secara luas ke masyarakat. Oleh sebab itu, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul artikel ini dengan tema “Promosi Website di RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur”. Dari tema tersebut kemudian penulis menguraikannya menjadi tiga pertanyaan minor, yakni: a) Bagaimana persiapan pembuatan website? b) Bagaimana pelaksanaan pembuatan website? c) Bagaimana evaluasi pembuatan website?

Metode

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang menggunakan informasi yang diperoleh dari sasaran penelitian yang selanjutnya disebut responden dan informan melalui instrumen pengumpulan data seperti angket, observasi, wawancara, dokumentasi, dan library research/ riset pustaka. (Rahmadi, Pengantar Metodologi Penelitian, (Banjarmasin, 2011 hlm. 15). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa riset pustaka dengan mencari sumber data primer berupa buku, jurnal, dan sebagainya yang berkaitan dengan tema penelitian (Promosi Website). Selain itu penulis juga menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi.

Adapun metode penelitian lapangan (*field research*) pada penelitian pengabdian kepada masyarakat ini dibagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.



Adapun penjelasan tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut: 1) Tahap Persiapan. Pada tahap ini tim pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat membuat kerjasama dengan mitra pengabdian, yakni RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur terkait dengan tema pengabdian yang akan dilakukan; 2) Tahap Pelaksanaan. Pada tahap ini dilakukan pembuatan website untuk keperluan pelayanan publik baik berupa informasi, pelayanan, kegiatan, dan sebagainya; 3) Tahap Evaluasi. Pada tahap ini dilakukan kegiatan penilaian/evaluasi mengenai

website yang telah dibuat, apakah sudah sesuai dengan kebutuhan pelayanan mitra atau belum sesuai.

Waktu Penelitian ini dilakukan pada 4 desember 2023 sampai 17 desember 2023 yang di mulai dengan: 1) Mengajukan surat permohonan izin ke ketua RW; 2). Melakukan survei untuk mencari gambaran umum tentang obyek yang akan di teliti; 3). Penyebaran instrumen penelitian (kuisisioner) dan pengumpulan data yang di perlukan; 4). Menganalisis data. Adapun Tempat Penelitian ini dilakukan di (RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur).

Hasil dan Pembahasan

Promosi (promotion) yaitu usaha untuk mengembangkan atau meningkatkan, misalnya untuk mengembangkan atau meningkatkan bidang usaha, pelayanan, dan sebagainya. (Riva'I Wirasasmita, dkk, 2002, hlm. 399). Sementara definisi promosi sebagaimana dikatakan oleh Guntur Wibisono dan Wahyu Eko Susanto dalam (Harkamsyah Andrianof, 2018) adalah sebuah kegiatan yang berisi tentang kegiatan menjelaskan, menawarkan, mengiklankan, dan mengkomunikasikan suatu produk yang dihasilkan oleh produsen atau perusahaan kepada pasar, kemudian memberikan informasi mengenai keistimewaan dan keunggulan mengenai produk tersebut, sehingga dapat mendorong konsumen untuk tertarik dan membeli produk tersebut. (Harkamsyah Andrianof, 2018, hlm. 15).

Adapun secara istilah, para ahli berbeda pendapat, namun masih dalam substansi maksud yang sama. Fandy Tjiptomo menyatakan bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud pemasaran adalah sebuah kegiatan yang berupaya untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat agar sesuatu yang dipromosikan bisa diterima, dibeli, maupun diminati. (Harkamsyah Andrianof, 2018, hlm. 15). Sementara Gitosudarmo menyatakan bahwa promosi adalah usaha untuk memperkenalkan kepada masyarakat atas suatu produk atau pelayanan jasa, sehingga masyarakat senang, kemudian memiliki minat untuk membeli atau menggunakan jasa pelayanan tersebut. (Gito Sudarmo, 2000, hlm. 21). Sedangkan Kotler berpendapat bahwa promosi adalah semua alat dan upaya bauran pemasaran (marketing mix) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya cenderung persuasif. (Freddy Rangkuti, 2009, hlm. 49).

Adapun tujuan promosi secara umum adalah untuk memberikan informasi mengenai keunggulan, manfaat, karakteristik, dan keberadaan suatu produk atau pelayanan jasa terhadap masyarakat (pasar) sehingga mereka memiliki minat dan ketertarikan untuk membeli atau menggunakannya. (Fandy Tjiptono, 2008, hlm. 221). Dalam usaha promosi meliputi kegiatan menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan masyarakat mengenai keunggulan, karakteristik, dan manfaat atas suatu hal yang dipromosikan. Dalam kegiatan menginformasikan dapat berupa; a) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru; b) Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk; c) Menjelaskan cara kerja suatu produk; d) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh suatu perusahaan; e) Meluruskan kesan yang keliru; f) Membangun citra. (Fandy Tjiptono, 2008), hlm. 222).

Kemudian dalam kegiatan membujuk bisa berupa; a) Membentuk pilihan merek; b) Mengalihkan pilihan merek tertentu; c) Merubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk; d) Mendorong pelanggan untuk membeli sebuah produk atau menggunakannya dengan segera. (Fandy Tjiptono, 2008), hlm. 223). Selanjutnya dalam kegiatan mengingatkan (*reminding*) dapat berupa; a) Mengingatkan pembeli atau pelanggan bahwa produk atau layanan jasa yang bersangkutan itu sangat dibutuhkan dalam waktu dekat; b) Menjadikan pelanggan atau pembeli tetap ingat atas suatu produk atau layanan jasa yang dipromosikan; c) Menjaga ingatan pertama pembeli jatuh pada produk atau layanan jasa yang dipromosikan. (Fandy Tjiptono, 2008), hlm. 224).

Dari beberapa pandangan mengenai promosi tersebut diatas, penulis menyimpulkan bahwa promosi website merupakan ajakan, seruan, dan rayuan seseorang kepada orang lain untuk menjelaskan dan menawarkan jasa layanan informasi melalui jaringan internet berbasis digital dengan tujuan agar seseorang yang ditawarkan tertarik dan mau menggunakan jasa layanan tersebut untuk mempermudah interaksi dan komunikasi di era digital.

Adapun hasil dari penelitian pengabdian kepada masyarakat di RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur mengenai promosi website ini secara sistematis dilaksanakan melalui tiga tahapan, yakni:

1. Tahap Persiapan atau Perencanaan/Planning

Pada tahap ini dilakukan kegiatan mengenai perancangan sistem. Adapun dalam perancangan ini dilakukan pembuatan peta website. Peta website menggambarkan hubungan antara halaman utama website dengan halaman lainnya. Tujuan pembuatan peta website tersebut adalah untuk mempermudah pengguna dalam mengoperasikannya.

Dalam tahapan ini dilakukan kegiatan pengumpulan data maupun fitur yang dibutuhkan dalam membangun website pelayanan publik. Berdasarkan kegiatan pengumpulan data yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat, website mitra RW 013 Cipinang Melayu yang dibangun membutuhkan beberapa data yang akan dijadikan sebagai konten atau menu di website tersebut, semisal profil, pengumuman, artikel, galeri, dan informasi.

2. Tahap Pelaksanaan/Implementing

Pada tahap ini meliputi kegiatan pembuatan website, pengembangan website, dan TOT admin website. Pada tahap ini tim pengabdian kepada masyarakat membuat website pelayanan publik yang disusun sesuai dengan kebutuhan yang telah dirancang. Kemudian pada tahap pengembangan website, setelah rancangan website dilakukan, pada tahap ini pembuatan website dapat dilakukan. Semua elemen dalam website yang dirancang selama mock-up dan pembuatan tata letak harus diterapkan dan diuji. Selanjutnya pada kegiatan TOT admin, Tot web admin dilakukan untuk membekali tim RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur yang akan melakukan kegiatan pengoperasian website dan pemeliharanya.

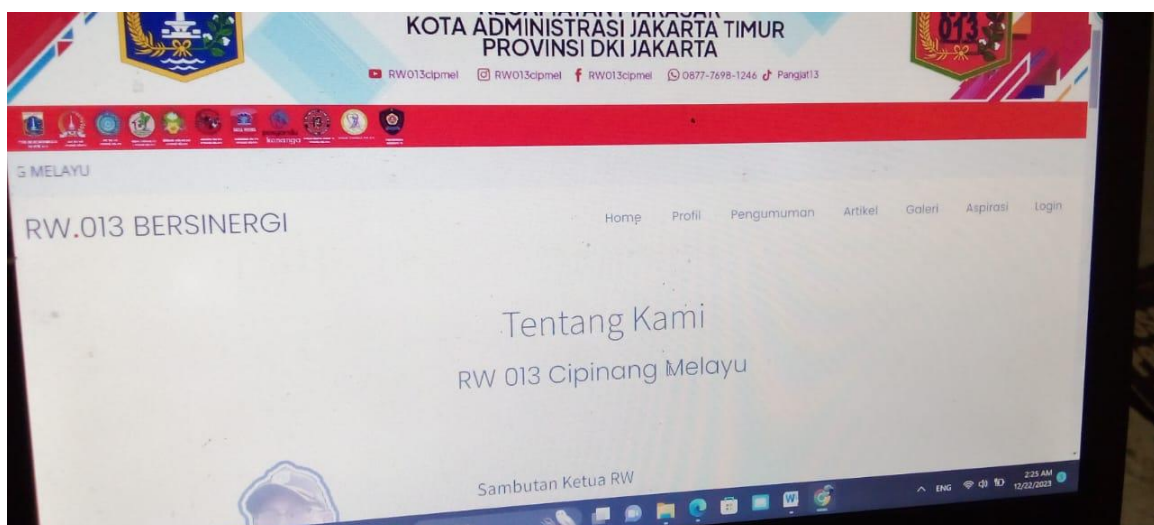
Adapun halaman utama/homepage dari website pelayanan publik RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur adalah sebagaimana gambar berikut:



Bunyamin, Linti Budi Wahyuni dan Rinda Cahyana dalam (Harkamsyah Andrianof, 2018) mengatakan bahwa website atau situs merupakan kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara atau gabungan dari semuanya sebagai data informasi mengenai suatu lembaga, instansi, atau organisasi. Ketika seseorang mengakses website, maka halaman pertama yang akan ia lihat adalah *home-page*. Dalam *home-page* biasanya tertera beragam menu yang ditawarkan dan dipromosikan oleh website tersebut. (Harkamsyah Andrianof, 2018, hlm. 15).

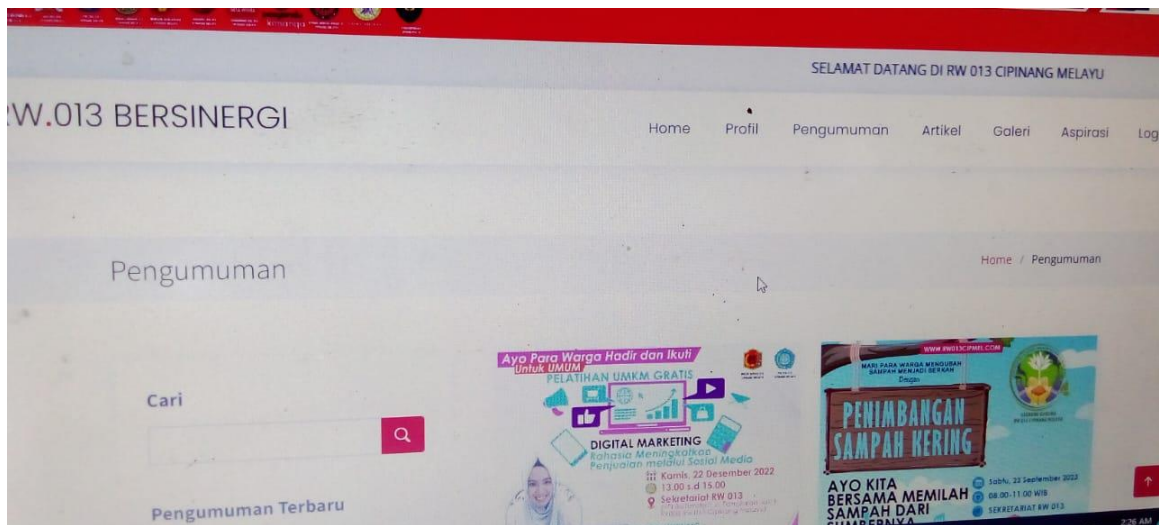
Pada *homepage*/halaman utama website pelayanan public RW 013 Cipinang Melayu tertera berbagai menu, diantaranya menu home, profil, pengumuman, artikel, galeri, dan aspirasi.

Dalam menu profil berisi penjelasan mengenai letak RW 013 Cipinang Melayu, profil ketua RW, dan visi misi RW 013 Cipinang Melayu. Berikut gambar menu profil:



Selanjutnya dalam menu pengumuman berisi informasi atau pengumuman mengenai kegiatan-kegiatan yang akan diselenggarakan oleh RW 013, informasi pelayanan public

semisal posyandu, poskamling, kerja bakti, dan kegiatan sosial lainnya, berikut gambar menu pengumuman:



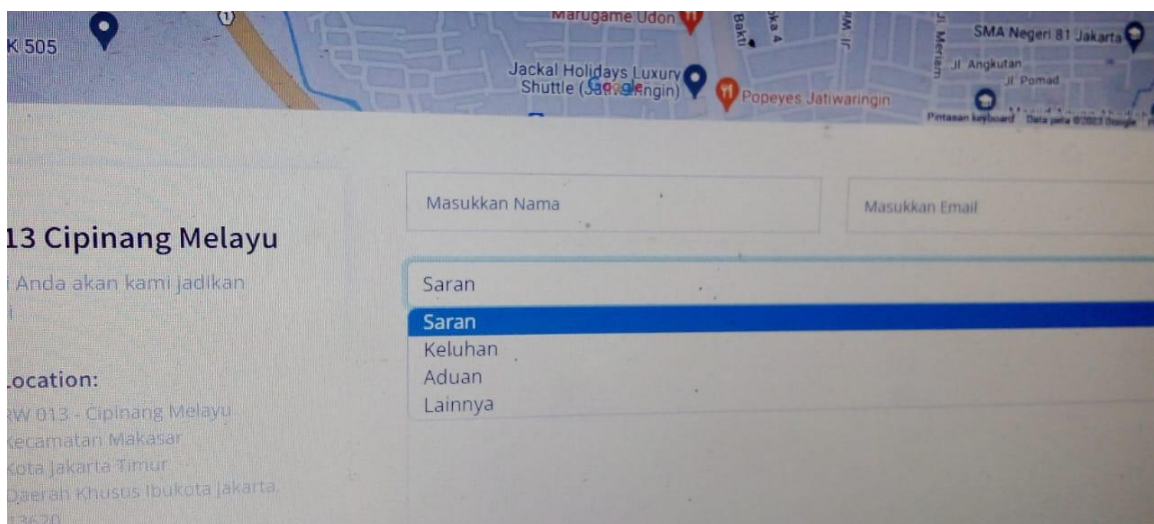
Berikutnya dalam menu artikel, berisi teks artikel yang bersifat edukatif, sosial, kesehatan, dan bidang lainnya yang sesuai dan dibutuhkan oleh mitra RW 013 dalam rangka mewujudkan rukun warga yang sehat, terdidik, dan beretika. Setiap warga dari warga RW 013 secara eksklusif dapat mengunggah artikel-artikel inspiratif yang dibutuhkan untuk menginspirasi warga. Berikut gambar menu artikel:



Selanjutnya dalam menu galeri, warga maupun admin dapat mengunggah data-data atau dokumen berupa gambar, video, atau data-data lainnya yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan dan program-program yang telah dilaksanakan oleh warga RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur. Berikut gambar menu galeri:



Terakhir dalam menu aspirasi berisi kegiatan komunikasi dua arah yang dilakukan oleh warga kepada RT yang berada di RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur atau langsung kepada ketua RW nya. Dalam menu ini berisi jenis komunikasi pengaduan, saran, keluhan, dan kritik. Berikut gambar menu aspirasi:



Di era digital, website sangat dibutuhkan sebagai media informasi atau pelayanan public bahkan untuk promosi sebuah produk atau pelayanan jasa. Terlebih pada masyarakat perkotaan, warga masyarakat perkotaan dituntut untuk melek teknologi, sebab di era digital mau tidak mau, masyarakat sudah dihadapkan dengan berbagai interaksi digital. Baik dalam dunia pendidikan, ekonomi, pekerjaan, dan sebagainya. Website memiliki banyak manfaat dan kegunaan, diantaranya sebagai media penghubung kegiatan e-commerce, baik dalam dunia perdagangan, pelayanan pendidikan, pelayanan jasa, dan literasi digital. Dengan mengakses website melalui internet, interaksi fisik sudah tidak lagi terpengaruhi oleh jarak dan waktu. Artinya seluruh informasi yang dibutuhkan oleh seseorang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. (Anwar, R. N, 2021, hlm. 324).

Dalam promosi website, mencakup beberapa metode pelayanan publik, diantaranya metode merek promosi bisnis dari perspektif branding layanan akses publik. Adapun metode

promosi merek diantaranya adalah menerbitkan artikel, berita, menyebarkan link bisnis ke seluruh web, menyalurkan skema promosi dan iklan kepada audiens target, membuat dan memperbaharui blog dan forum, membuat dan berbagi video, audio, dan gambar merek di situs web peringkat teratas seperti Youtube. (Hefri Yodiansyah, dkk, 2024, hlm. 41).

Warga digital merupakan individu yang memanfaatkan TI untuk membangun komunitas, bekerja, dan berekreasi. Warga digital secara umum telah memiliki pengetahuan dan kemampuan mengoperasikan TI untuk berkomunikasi maupun mengekspresikan sebuah ide, contohnya bermain facebook, menulis blog, mencari informasi di forum, dan lain-lain. Sama halnya dengan warga dunia nyata, semua warga digital memiliki kewajiban untuk menjaga etiket dan norma, serta memiliki rasa tanggung jawab di dunia maya. Kewargaan digital adalah konsep yang dapat digunakan untuk memberikan pengetahuan mengenai penggunaan teknologi dunia maya dengan baik dan benar. Penggunaan teknologi dunia maya dengan baik dan benar memiliki banyak implikasi, pemilihan kata yang berkomunikasi, tidak menyinggung pihak lain 4 dalam update status, tidak memberikan informasi penting kepada publik, tidak membuka tautan yang mencurigakan, dan lainnya. (Hefri Yodiansyah, dkk, 2024, hlm. 41).

Hal ini bisa dibuktikan dengan adanya 8 komponen digital yang meliputi komponen akses digital, komunikasi digital, literasi digital, hak digital, etiket digital, keamanan digital, hukum digital, transaksi digital, dan kesehatan digital. Jika warga negara memahami 8 komponen digital ini, maka warga masyarakat akan menjadi warga digital yang baik yang bisa mewujudkan pemerintahan yang baik (good government).

3. Tahap Evaluasi/Penilaian

Tahapan Evaluasi Pada tahap ini dilakukan evaluasi terkait dengan website RW 013 Cipinang Melayu yang telah dibangun. Tahap dilakukan untuk memastikan bahwa kebutuhan pihak sekolah telah terpenuhi atau tidak. Berdasarkan kebutuhan yang ditunjukkan pada tahap perencanaan maka dapat diketahui bahwa kebutuhan pihak mitra 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur terkait dengan website pelayanan public saat ini sudah terpenuhi. Adapun apabila terdapat kebutuhan-kebutuhan baru dari pihak mitra RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur, maka website RW 013 (cipmel) tersebut perlu dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat di RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur berhasil membuat sebuah website pelayanan publik yang dapat dimanfaatkan sebagai media informasi dan juga media promosi. Dengan adanya website pelayanan public di RW 013 Melayu Jakarta Timur, berbagai masalah yang berkaitan dengan miskomunikasi (miss communication) dapat diminimalisir, sebab seluruh informasi dan layanan public sudah secara transparan bisa diakses oleh setiap warga RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur. Keluhan, aspirasi, dan saranpun bisa dilakukan

melalui akses website tersebut, sehingga warga RW 013 tidak perlu untuk mengadu secara langsung ke individu RT atau RW 013, hal ini tentunya dapat mempermudah interaksi melalui komunikasi digital, mengingat warga perkotaan cenderung sibuk dan susah ditemui secara langsung. Adapun saran yang diberikan oleh anggota pengabdian kepada masyarakat untuk kegiatan berikutnya adalah adanya pelatihan pembuatan konten pada website yang sederhana, unik, dan menarik sehingga informasi yang diberikan menjadi lebih mudah dan menarik perhatian warga RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih disampaikan dari anggota pelaksana pengabdian kepada masyarakat universitas Nusamandiri Jatiwaringin Fakultas Ekonmi dan Bisnis kepada warga RW 013 Cipinang Melayu Jakarta Timur secara umum dan kepada ketua RW 013 beserta jajaran RT yang berada di lingkup RW 013 Cipinang Melayau Jakarta Timur, karena diberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terimakasih juga disampaikan kepada pendamping dan orang-orang yang telah membantu sehingga kegiatan pengabdian ini berjalan lancar.

Referensi

- Andi Sofyan Anas, dkk, (2022) *Pembuatan Website Sekolah Sebagai Media Informasi dan Promosi, Bakti Sekawan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*), Vol. 2, No. 1, hal. 23
- Anwar, R. N, (2021) *Evaluasi Pembelajaran Daring Pendidikan Agama Islam di Perguruan Tinggi Umum*. PROCEEDING UMSURABAYA. Surabaya: Universitas Muhammadiyah Surabaya, hal. 324
- Firman Irsyad, (2019) *Perancangan Sistem Informasi Promosi Kerajinan Kayu Berbasis Website*, Jurnal Desain Komunikasi Kreatif, Vol. 1, No. 1 hal. 12
- Farida Nurgrahani, (2014), *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, Surakarta: TP, hal. 19
- Fandy Tjiptono, (2008) *Strategi Pemasaran, Ed III* Yogyakarta: ANDI, hal. 219
- Freddy Rangkuti, (2009) *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta: Anggota IKAPI, hal. 49
- Gito Sudarmo, (2000), *Manajemen Pemasaran cet ke-6* Yogyakarta: BPFE, hal. 21
- Harkamsyah Andrianof, (2018), *Rancang Bangun Sistem Informasi Promosi dan Penjualan pada Toko RUMINANSIA Berbasis Web*, Jurnal Pendidikan dan Teknologi Informasi, Vol. 5, No. 1 hal. 15
- Pradana, Yudha. (2018). *Atribusi Kewargaan Digital dalam Literasi Digital. Dalam Jurnal Untirta Civic Education*, 3(2). Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Hal. 38
- Rosyida Nurul Anwar, dkk, (2021), *Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Terpercaya SD Muhammadiyah 1 Padas*, Jurnal Pendidikan Tambusai, Vol. 5, No. 2, hal. 7
- Rofil M. Nur dan Romi Hardianto, (2021), *Perancangan Website Promosi pada PT. Mitra Kerinci Padang*, Jurnal Desain Komunikasi Kreatif, Vol. 3, No. 2, hal 43

- Rahmadi, (2011), *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antasari Press) hal. 15
- Riva'I Wirasasmita, dkk, (2002), *Kamus Lengkap Ekonomi*, Bandung: Pionir Jaya, 2002 hal. 399
- Sutarsyah, (2020) *Website Perpustakaan sebagai Media Promosi Lembaga Riset*, Journal of Documentation and Information Science, Vol. 4, No. 1 hal. 84
- Sri Wahyuni dan Noveri Aisyaroh, (2018), *Studi Deskriptif Kualitatif Penyebab Kenakalan Remaja di SMP Islam Nudia Semarang*, Jurnal Keperawatan Intan Husada, Vol. 6, No. 2 hal. 11
- Sugiyono, (2011), *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, hal. 309
- Saputra, Prasetya Halim, (2017) "*Analisa Deskriptif Manajemen Persediaan Pada PT. Usman Sinar Bulan, Sidoarjo*." *Agora* 2.2 (2014): 1304-1312. Lihat: Nasution, L.M. Statistik deskriptif. *Hikmah*, 14(1), pp.49-55.
- Tjipto Subandi, (2006) *Metode Penelitian Kualitatif*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, hal. 10.