

## **RANCANGAN STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI *WEBSITE* LOUISE PADA BISNIS LAUNDRY UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN**

**Lukman Abdul Azizul Hakim<sup>1)</sup>, Aisyah Nusrah Diniyyati<sup>2)</sup>, Ardita Mandala<sup>3)</sup>**

Program Studi S1 Bisnis Digital, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

Email : [lukmanabdulazizul@ulbi.ac.id](mailto:lukmanabdulazizul@ulbi.ac.id)

Program Studi S1 Bisnis Digital, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

Email : [aisyahnushrah02@gmail.com](mailto:aisyahnushrah02@gmail.com)

Program Studi S1 Bisnis Digital, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

Email : [arditamandala@gmail.com](mailto:arditamandala@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong pelaku usaha untuk mengadaptasi strategi pemasaran yang lebih inovatif dan efektif. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi digital marketing melalui website *Louise* guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan jangkauan pasar pada bisnis laundry. Strategi yang dirancang mencakup optimalisasi tampilan website, penerapan SEO (Search Engine Optimization), integrasi media sosial, serta pemanfaatan data analitik untuk evaluasi kinerja kampanye digital. Dengan implementasi strategi ini, diharapkan bisnis laundry *Louise* mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pengguna secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** *digital marketing, website, laundry*

### **ABSTRACT**

*The development of digital technology has encouraged business actors to adapt more innovative and effective marketing strategies. This research aims to design a digital marketing strategy through Louise's website to increase the competitiveness and market reach of the laundry business. The strategies designed include website display optimization, SEO (Search Engine Optimization) implementation, social media integration, and the use of analytics data for digital campaign performance evaluation. With the implementation of this strategy, it is hoped that Louise's laundry business will be able to increase of customers satisfaction and user loyalty in a sustainable manner.*

**Keyword:** *digital marketing, website, laundry*

## A. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era perkembangan teknologi yang pesat saat ini, jaringan internet berkembang dengan sangat cepat dan semakin meluas, memungkinkan manusia terhubung tanpa batasan tempat dan waktu. Teknologi ini dimanfaatkan dalam berbagai bidang bisnis, salah satunya adalah pemasaran. Dengan memanfaatkan teknologi yang ada, kegiatan pemasaran perusahaan menjadi lebih mudah dan efektif. Selain menguntungkan perusahaan, teknologi ini juga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan. Bisnis harus beradaptasi dan berinovasi dengan cepat karena dunia usaha sangat dinamis. Ini terutama berlaku untuk UMKM, yang merupakan bagian besar dari PDB Indonesia. Dinamika dunia usaha yang semakin pesat menuntut setiap pelaku bisnis untuk beradaptasi dan berinovasi agar tetap bertahan dan memenangkan persaingan. Hal ini semakin nyata dalam sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia (Abdul Azizul Hakim et al., 2024).

Salah satu sektor usaha yang dapat memanfaatkan teknologi ini adalah bisnis laundry. Bisnis laundry menawarkan layanan pencucian pakaian menggunakan peralatan modern, seperti mesin cuci dan pengering otomatis, yang dilengkapi dengan deterjen dan pewangi khusus. Kehadiran bisnis ini berkembang pesat di kota-kota besar, salah satunya karena kesibukan masyarakat yang tidak memungkinkan mereka untuk mencuci dan menyetrika pakaian sendiri. Hal ini menyebabkan banyak pelanggan mengandalkan jasa laundry setiap harinya.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan layanan laundry dalam era modern yang serba cepat, banyak individu dan keluarga membutuhkan solusi praktis untuk mencuci pakaian sehari-hari tanpa harus mengorbankan waktu berharga mereka. Menyadari peluang ini, *Website Louise* hadir dengan komitmen untuk menyediakan layanan laundry melalui kemitraan dengan usaha-usaha laundry yang berkualitas.

*Website Louise* dirancang untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memesan layanan laundry secara *online*, kapan pun dan di mana pun. Dengan beberapa klik saja, pelanggan dapat memesan berbagai layanan, mulai dari cuci biasa, *dry cleaning*, hingga setrika. Selain itu, layanan antar-jemput yang disediakan oleh *Website Louise* memastikan pelanggan tidak perlu repot mengantar dan mengambil pakaian, sehingga mereka bisa menggunakan waktu untuk hal-hal lain yang lebih penting.

Melalui kemitraan dengan berbagai usaha laundry, *Website Louise* bertujuan menciptakan ekosistem layanan laundry yang efisien, mudah diakses, dan berkualitas tinggi. Setiap mitra laundry yang bergabung dengan *Website Louise* telah melalui proses seleksi ketat untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan memenuhi standar kebersihan, kecepatan, dan kualitas yang diharapkan oleh pelanggan.

Melalui *platform* ini, *Website Louise* berupaya memudahkan pelanggan dalam menemukan dan memesan layanan laundry terpercaya di daerah mereka. Dengan teknologi dan jaringan yang luas, *Website Louise* menghubungkan pelanggan dengan mitra laundry terbaik untuk memberikan pengalaman layanan yang nyaman dan memuaskan. Para mitra laundry juga mendapatkan dukungan penuh dalam teknologi, pemasaran, dan manajemen untuk meningkatkan layanan mereka dan menjangkau lebih banyak pelanggan.

### 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas identifikasi masalah yang akan diteliti lebih jauh dalam proyek ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Website Louise* bisa membuat bisnis mitra laundry menjadi lebih berkembang?
2. Bagaimana *Website Louise* dapat menjadi solusi untuk meningkatkan penjualan?

### 1.3 Tujuan

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka proyek ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengimplementasikan apakah *Website* Louise bisa membuat bisnis mitra laundry menjadi lebih berkembang.
2. Untuk mengimplementasikan apakah *Website* Louise dapat menjadi solusi untuk meningkatkan penjualan.

#### 1.4 Ruang Lingkup Masalah

Proyek ini memiliki beberapa ruang lingkup, yaitu sebagai berikut:

1. Membuat sistem informasi yaitu *website*.
2. Membuat *website* yang berhubungan dengan bisnis laundry.

## B. LANDASAN TEORI

### 1.1 Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses bisnis yang tadinya konvensional, kini berubah menjadi proses digital (Ali Maksun, 2021). Pada dasarnya digitalisasi menggambarkan penggunaan data digital dan teknologi untuk meningkatkan suatu bisnis, pendapatan, dan budaya digital. Dalam praktiknya, data digital dijadikan sebagai pendukung utama seluruh proses ini. Ketika suatu perusahaan berada pada tahap digitalisasi, maka proses bisnisnya dapat menjadi lebih efisien, produktif, dan menguntungkan (Yunaningsih et al., 2021).

### 1.2 Website

*Website* merupakan media informasi yang menarik karena merupakan kumpulan elemen seperti teks, gambar, dan suara animasi sehingga menjadi media pertukaran informasi yang sangat populer. Teknologi situs web memproses data tentang informasi dengan mengidentifikasi, mengumpulkan, mengelola, dan menyediakan akses bersama terhadap informasi tersebut (Wahyudin & Rahayu, 2020).

*Website* adalah sekumpulan dari halaman web yang telah di publikasikan di dalam jaringan internet, serta memiliki domain/URL (Uniform Resource Locator) yang dapat diakses semua pengguna internet dengan cara mengetikkan alamatnya (Nofyat, 2019). Hal ini memungkinkan dengan adanya teknologi *World Wide Web* (WWW). Halaman *website* pada umumnya

berupa dokumen yang ditulis dalam format *Hyper Text Markup Language* (HTML), yang dapat diakses melalui HTTP, HTTPS adalah suatu protokol untuk menyampaikan berbagai informasi dari server *website* untuk ditampilkan kepada para *user* atau pemakai melalui *web browser* (Wahyudin & Rahayu, 2020).

### 1.3 Sistem Informasi

Sistem informasi terdiri dari dua kata yaitu sistem dan informasi. Sistem merupakan kumpulan beberapa komponen yang saling berhubungan yang dikembangkan berdasarkan suatu pola integrasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Gelinas dan Oram dalam bukunya yang berjudul *Accounting Information System* mendefinisikan sistem sebagai berikut: "A system is a set of interdependent parts that together accomplish specific objectives. A system must have organization, interrelationships, and central objectives." Sedangkan, Informasi adalah data yang disajikan dalam format yang berguna untuk pengambilan keputusan. Informasi berguna dan berharga bagi pengambil keputusan karena dapat mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan pengetahuan tentang suatu bidang yang diminati (Diklat Penjenjangan Ketua Tim, 2021.).

Berdasarkan pengertian dari sistem dan informasi diatas, maka sistem informasi adalah sekumpulan komponen yang bekerja sama untuk mengumpulkan, mengelola, menyimpan, memproses, dan mendistribusikan informasi yang diperlukan untuk mendukung pengambilan keputusan.

### 1.4 Laundry

Menurut Diah Puspitasari (2020) (dalam B.Mulyadi 2019:48-56) Usaha laundry merupakan suatu jenis usaha yang bergerak dalam bidang jasa pencucian dan penyeterikaan. Bisnis Laundry termasuk dalam kategori bisnis yang memiliki perputaran yang cepat dimana hal tersebut

berarti waktu antara permintaan pertama layanan ini dengan permintaan berikutnya relatif singkat. Bisnis laundry merupakan salah satu bentuk bisnis perdagangan jasa yang banyak diminati oleh masyarakat. Jasa laundry saat ini berkembang sangat pesat dan banyak diminati, mulai dari menjadi pelanggan atau pun menjadi pemilik laundry. Dikalangan masyarakat banyak yang menggunakan pelayanan jasa laundry, sekarang sudah banyak jasa laundry yang bisa di temui di berbagai tempat, baik di kota besar maupun di pedesaan terdapat juga beberapa jenis laundry dan harga jasa laundry dari yang murah hingga yang mahal (Puspitasari & Noviyanti, 2020).

### 1.5 Analisis Pasar

Analisis pasar merupakan bagian yang sangat penting dalam rencana pemasaran suatu produk. Analisis pasar dapat meningkatkan pendapatan penjualan dan keuntungan perusahaan (Pasharan, 2022). Analisis pasar dapat dilakukan melalui berbagai macam pendekatan, salah satunya yaitu melalui pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). Tujuan pokok strategi pendekatan *segmenting, targeting, positioning* adalah memposisikan suatu brand kedalam pikiran konsumen sedemikian rupa sehingga merek tersebut memiliki keunggulan kompetitif yang berkesinambungan (Mallawa et al., 2022). Yang dimaksud dengan pendekatan STP yaitu sebagai berikut:

- *Segmenting* yaitu membagi pasar menjadi kelompok yang lebih kecil, dilihat berdasarkan karakteristik, kebutuhan, dan perilaku konsumen yang sama.
- *Targeting* yaitu memilih beberapa segmen pasar yang menarik dan paling relevan yang menjadi tujuan promosi.
- *Positioning* yaitu cara suatu perusahaan memposisikan suatu produk ataupun jasa di mata para konsumen.

## 2 Digital Marketing

Menurut Nurul Islah Watajdid (2021) (Dalam Tarigan & Sanjaya, 2013) Pemasaran Digital adalah kegiatan

pemasaran termasuk membangun *branding* yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, *website*, e-mail, adwords, maupun jejaring sosial. Sehingga, Pemasaran Digital atau *Digital Marketing* adalah serangkaian proses membuat, mengkomunikasikan, menyampaikan suatu informasi produk maupun jasa kepada konsumen termasuk di dalamnya terdapat kegiatan *branding* menggunakan media berbasis digital seperti blog, *website*, e-mail, adwords, dan media sosial (Sains & Indonesia, 2021).

## 3 SEO

Optimisasi Mesin Pencari atau *Search Engine Optimization* (SEO) adalah suatu proses untuk meningkatkan visibilitas dari sebuah situs *web* yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah dan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari atau *search engine*, selain itu agar ketika para pengguna internet mencari sesuatu yang berhubungan dengan isi dari suatu *website*, maka *website* tersebut ditampilkan di halaman 1 posisi teratas (Indri Handayani, 2020).

## 4 Blackbox

Black box testing atau dapat disebut juga *Behavioral Testing* adalah pengujian yang dilakukan untuk mengamati hasil *input* dan *output* pada perangkat lunak tanpa mengetahui struktur kode dari perangkat lunak tersebut. Black box testing dilakukan di akhir pembuatan perangkat lunak untuk mengetahui apakah perangkat lunak tersebut dapat berfungsi dengan baik (Nurfauziah & Jamaliyah, 2022).

### C. Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena atau peristiwa secara mendalam, tanpa menggunakan pengukuran kuantitatif. Metode ini menekankan pada pemahaman mendalam tentang kualitas, karakteristik, dan makna di balik fenomena yang diteliti.

### 4.5 Analisis Pasar (STP)

Analisis pasar pada *Web Louise* dengan menggunakan pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) sebagai berikut:

Tabel 3. 1 STP Pada *Web Louise*

Segmenting	Targeting	Positioning
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demografis Perempuan/laki-laki yang memiliki rentang usia 18-60 tahun, yang ingin menggunakan jasa laundry.</li> <li>• Geografis Masyarakat di wilayah perkotaan.</li> <li>• Psikografis Kalangan social menengah ke atas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengusaha yang memiliki usaha laundry yang ingin memasarkan jasanya melalui <i>Web Louise</i>.</li> <li>• Konsumen yang menggunakan jasa laundry</li> </ul>	<p>“Aplikasi berbasis <i>web</i> ini memposisikan dirinya sebagai wadah untuk para pengusaha yang memiliki bisnis laundry menawarkan jasanya kepada para pelanggan mulai dari promosi, proses pemesanan, antar jemput, hingga menjalin kemitraan sehingga bisa meningkatkan penjualan”</p>

### 3.1 Konsumen Potensial

Konsumen potensial adalah kelompok atau individu yang memiliki karakteristik, kebutuhan, serta minat yang sesuai dengan layanan atau produk yang ditawarkan, tetapi belum menjadi pelanggan aktif. Menurut *survey riset* dari Statista, perkiraan pertumbuhan tahunan bisnis laundry di Indonesia dapat mencapai 3,47% per tahun. Bahkan, diperkirakan 10 tahun ke depan, omset tahunan dari bisnis laundry akan mencapai Rp 143 triliun, artinya, bisnis laundry akan tetap bertumbuh. Selain itu, menurut *survey* Asosiasi Laundry Indonesia (ASLI), saat ini 7 dari 10 orang yang tinggal di daerah perkotaan seperti Jakarta telah terbiasa menggunakan jasa laundry (Estu Suryowati, 2023). Berikut merupakan konsumen potensial *Web Louise*:

#### a. Pengusaha Laundry

Pengusaha laundry merupakan pelaku usaha yang menjalankan dan menyediakan bisnis laundry untuk para konsumen. Pengusaha laundry termasuk ke dalam konsumen potensial yang penting karena dapat berpengaruh terhadap permintaan layanan laundry dari konsumen serta perkembangan pasar. Sebagai pelaku usaha, pengusaha laundry membeli peralatan, bahan baku, dan berbagai layanan pendukung untuk memastikan kelangsungan operasional bisnis laundry.

#### b. Konsumen Laundry

Konsumen laundry adalah pihak yang memberikan permintaan dan membutuhkan jasa layanan pencucian

dan perawatan pakaian atau barang lainnya. Para konsumen memilih layanan laundry karena beberapa alasan seperti layanan laundry dapat memberikan kenyamanan bagi para konsumen, efisiensi waktu karena mencuci dan merapikan pakaian memerlukan waktu yang cukup lama jika dilakukan sendiri. Selain itu, layanan laundry juga dapat memberikan kemudahan bagi para konsumen yang tidak ingin menghabiskan waktu dan tenaga untuk mencuci pakaian sendiri. Konsumen laundry dapat berasal dari berbagai latar belakang, seperti konsumen rumah tangga, wisatawan yang sedang bepergian dan membutuhkan layanan laundry, serta para mahasiswa dan pekerja kantor yang tidak memiliki waktu luang untuk mencuci pakaian.

Dari konsumen potensial diatas, dapat disimpulkan bahwa pengusaha laundry dan konsumen laundry merupakan dua kelompok konsumen potensial yang memiliki peran penting dalam bisnis laundry. Pengusaha laundry membeli peralatan dan layanan pendukung untuk menjalankan operasional bisnis laundry, sedangkan konsumen laundry adalah pelaku yang membutuhkan layanan laundry.

### 3.2 Pemasaran Digital

#### 3.3.1. Digital Marketing

*Digital Marketing* merupakan teknik pemasaran yang dilakukan secara *online* untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan pelanggan yang telah ada. Beberapa strategi digital marketing yang dapat dilakukan yaitu:

- Media Sosial:** membuat akun dan aktif di *platform* media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk menarik pelanggan.
- Google Ads:** Menampilkan iklan visual di *Google* untuk meningkatkan *brand awareness*.
- Influencer:** Melakukan kerja sama dengan *influncer* untuk mempromosikan *Web Louise*.

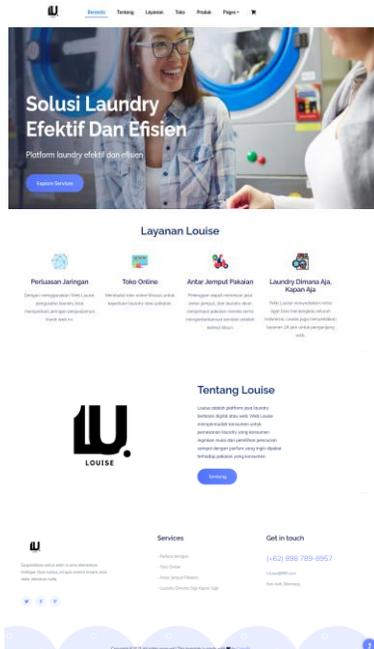


form pendaftaran usaha yang harus di isi oleh penjual, setelah itu penjual harus mengisi form tersebut terlebih dahulu. Sistem akan memproses dan melakukan verifikasi pada form yang telah di isi oleh penjual, kemudian sistem juga akan menampilkan beranda penjual. Setelah penjual melihat tampilan beranda nya, maka penjual bisa langsung mengisi produk / layanan yang akan ditawarkan pada pelanggan. Produk / layanan yang telah ditambahkan penjual di beranda nya akan ditampilkan oleh sistem di beranda pelanggan. Setelah itu pelanggan bisa melihat dan memilih jenis layanan yang ingin digunakan, kemudian pelanggan dapat melakukan proses pemesanan, transaksi, dan layanan antar jemput pakaian laundry tanpa perlu datang langsung ke tempatnya.

### 1.1.1 Cara Penggunaan Aplikasi

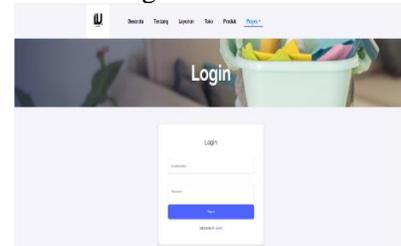
Pada bagian ini akan menjelaskan bagaimana penggunaan aplikasi berbasis web pada Web Louise

1. Buka Website Louise pada chrome, lalu akan muncul tampilan seperti dibawah ini



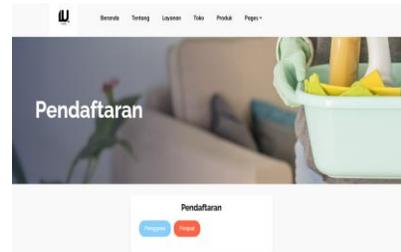
Gambar 4. 2 Tampilan Home Pada Web Louise

2. Muncul tampilan form login, jika sudah punya akun, langsung masukkan username dan password sesuai dengan waktu daftar.



Gambar 4. 3 Tampilan Form Login

3. Jika belum mempunyai akun sebelumnya, silahkan klik 'Register', maka akan muncul opsi tampilan seperti dibawah ini.



Gambar 4.4 Tampilan Opsi Register

4. Jika klik opsi penjual, maka akan muncul form daftar penjual. Lalu, isi form penjual ketika ingin daftar dan bergabung dengan Web Louise.

Gambar 4. 4 Tampilan *Form* Penjual

5. Ketika penjual telah melakukan *login*, akan muncul tampilan seperti dibawah ini.

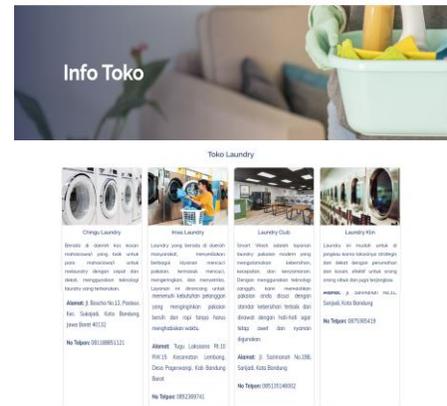


Gambar 4. 2 Tampilan Setelah Penjual *Login*

6. Jika klik opsi pengguna, maka akan muncul *form* daftar pengguna. Kemudian, isi *form* pengguna seperti contoh dibawah ini.

Gambar 4. 3 Tampilan *Form* Pengguna

7. Pada menu *header* klik 'Toko', pada menu tersebut berisi informasi mengenai kumpulan toko laundry.



Gambar 4. 4 Tampilan Toko Laundry di Web Louise

8. Klik salah satu toko laundry jika ingin melihat layanan apa saja yang tersedia di toko tersebut.



Gambar 4. 5 Tampilan Halaman Layanan Toko

## 4.2 Pengujian Pada Aplikasi

Berdasarkan hasil coba yang telah dilakukan dengan menggunakan metode blackbox testing, fitur yang ada pada *Website* Louise telah dilakukan pengujian dan dapat dinyatakan valid. Dari hal tersebut menunjukkan jika *Website* Louise dapat berfungsi sesuai dengan yang diharapkan, dapat memberikan efisiensi dan efektif dalam proses bisnis laundry.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Dengan sistem informasi berbasis *web* yang kami buat, maka *Website* Louise dapat:

1. *Website* Louise dapat menjadi solusi bagi bisnis laundry yang masih

menggunakan metode konvensional dalam menerima pesanan dan mengelola operasionalnya. Dengan adanya *Website Louise*, mitra laundry dapat mengoptimalkan bisnis penjualan dan kepuasan pelanggan.

2. *Website Louise* dapat memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan, dimana pelanggan dapat memesan layanan laundry secara *online* tanpa perlu datang langsung ke tempat laundry. Fitur pemesanan online tersebut mencakup berbagai jenis layanan, seperti cuci biasa, *dry cleaning*, hingga setrika, serta tersedia layanan antar - jemput pakaian yang membuat pengalaman pelanggan menjadi lebih nyaman.
3. Dengan adanya *Website Louise*, mitra bisnis laundry dapat mengelola pesanan secara lebih terstruktur dan otomatis. Sistem yang ada di *Website Louise* dapat membantu pencatatan transaksi, pengelolaan data pelanggan, serta koordinasi layanan antar - jemput, sehingga dapat meningkatkan produktivitas usaha pada bisnis laundry.

Sehingga, melalui kesimpulan diatas, maka *Website Louise* dapat menjadi solusi bagi para mitra laundry dan pelanggan yang ingin melakukan laundry dengan lebih praktis dan efisien guna meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan..

## 5.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran untuk meningkatkan *Website Louise*:

1. Mengembangkan beberapa fitur tambahan: Untuk meningkatkan daya saing di pasar, *Website Louise* akan mengembangkan fitur tambahan seperti program loyalitas pelanggan, penilaian dan ulasan layanan, serta fitur notifikasi *real-time* terkait status laundry.
2. Melakukan optimasi pada SEO dan *Digital Marketing*: Meningkatkan strategi pemasaran *digital* dengan memanfaatkan media sosial, *Google Ads*, dan kolaborasi

dengan *influencer* untuk memperluas jangkauan pelanggan.

3. Melakukan kemitraan yang lebih luas: *Website Louise* akan menjalin kerja sama dengan lebih banyak usaha laundry untuk memperluas jangkauan layanan di berbagai daerah.

Dengan menerapkan saran - saran diatas, maka untuk ke depannya *Website Louise* dapat meningkatkan peluang dan dapat bersaing dengan kompetitor lain.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul Azizul Hakim, L., Nazhira Putri Afvin, N., Kharisma Putri, R., & Ayu Elsa, D. 2024. Analisa Bisnis Model Canvas Pada Usaha Jasa Layanan Kebersihan Fast Clean. *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*. Vol 3:25-30.
- [2] Ali Maksum. 2021. Analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) Dan Marketing Mix 4P. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*. 15-16 Januari 2021. Palembang, Indonesia. 121-127.
- [3] Diklat Penjenjangan Ketua Tim. 2021. *Sistem Informasi Manajemen*. Edisi Ke-2. Badan Pengawasan Keuangan Dan Pembangunan. Jakarta.
- [4] Estu, S. 2023. Buku 'Fundamental Bisnis Laundry' Bangun Ribuan Pengusaha Laundry Baru di Indonesia. Surabaya: Jawa Pos. (2 Desember 2023).
- [5] Fadila, R. R., Aprison, W., & Musril, H. A. 2021. Perancangan Perizinan Santri Menggunakan Bahasa Pemograman PHP / MySQL Di SMP Nurul Ikhlas. *CSRID (Computer Science Research and Its Development Journal)*. Vol 11:84-95.
- [6] Handayani, Indri. 2020. Optimalisasi Visibilitas Situs iLearning Journal Center (iJC) pada Mesin Pencari Berbasis *Search Engine Optimization* (SEO) On Page. *SATIN - Sains dan Teknologi Informasi*. Vol 5:28-35.
- [7] Mallawa, J., & Salsabila, A. A. 2022. Analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) Dan Marketing Mix 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. *e-Proceeding of Applied Science*. 5 Oktober 2022. Indonesia. 571-575.

- [8] Nofyat., Adelina, I., Arisandy, A. 2019. Sistem Informasi Pengaduan Pelanggan Air Berbasis *Website* Pada PDAM Kota Ternate. *Indonesian Journal on Information System*. Vol 3:10-19.
- [9] Nurfauziah, H., & Jamaliyah, I. 2022. Perbandingan Metode *Testing* Antara Blackbox Dengan Whitebox Pada Sebuah Sistem Informasi. *Jurnal Visualika*. Vol 8(2):105-114.
- [10] Pasharan, L. 2022. Menganalisis Pasar Konsumen Dan Pasar Bisnis. *Jurnal Pusdansi*. Vol 2:5.
- [11] Puspitasari, D., & Noviyanti, E. 2020. Sistem Informasi Jasa Laundry Berbasis Desktop pada Toko Syafira Laundry. *Information Management For Educators And Professionals*. Vol 4(2):133–142.
- [12] Sains, J., & Indonesia, P. 2021. *Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Terhadap Perkembangan Digital Marketing*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. XX (2):163-179.
- [13] Wahyudin, Y., & Rahayu, D. N. 2020. Analisis Metode Pengembangan Sistem Informasi Berbasis *Website: A Literatur Review*. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, Vol 15(3):26–40.
- [14] Yunaningsih, A., Indah, D., & Septiawan, F. E. 2021. Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Publik Melalui Digitalisasi. *Jurnal Altasia*. Vol 3:9-16. 11:84-95.