

## APLIKASI MEDIA PROMOSI BRAND PADA ROMI AGENCY MENGUNAKAN FRAMEWORK CODEIGNITER

Ishak Husin, Drs., MM. Program Studi Komputerisasi Akuntansi STMIK Bani Saleh,  
[ishakhusin749@gmail.com](mailto:ishakhusin749@gmail.com)

Aulia Marsya Nurwidyanti, Program Studi Komputerisasi Akuntansi STMIK Bani Saleh,  
[auliamarsya300@gmail.com](mailto:auliamarsya300@gmail.com)

Sri Raharjo Saptono Putro, Program Studi Komputerisasi Akuntansi STMIK Bani Saleh,  
[srsaptonoputro@gmail.com](mailto:srsaptonoputro@gmail.com)

### Abstrak

Abstrak-Romi *Agency* adalah sejenis perusahaan yang sangat spesial. Menurut Market Business News, - bisa dikatakan sebagai bisnis, perusahaan, atau organisasi. Setiap perusahaan yang akan mempertahankan dan mengusahakan agar dapat bersaing sesuai dengan industrinya. Untuk mempengaruhi pembelian terhadap konsumen, setiap perusahaan dituntut untuk inovatif dan kreatif dalam melakukan pemasaran. Upaya untuk mempengaruhi keputusan pembelian tersebut tidak hanya dengan menjanjikan *product functional* dan *good services*, akan tetapi pemasar harus dapat mengetahui apa yang sedang dibutuhkan atau yang sedang diinginkan oleh konsumen pada saat. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya *digital marketing*. Dalam era pemasaran *digital marketing* merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu *digital marketing*. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa menglobal atau mendunia. Strategi yang digunakan dalam *digital marketing*, salah satunya sosial media Instagram. Perusahaan melakukan kerja sama dengan *influencer* untuk melakukan pemasaran terhadap konsumen. *Influencer* atau selebgram memberikan banyak pengaruh pada penjualan produk beberapa bisnis dengan jangkauan *followers* yang banyak, *influencer* mempromosikan produk anda untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal .

**Kata Kunci:** Aplikasi Media Promosi Brand *Agency*

### PENDAHULUAN

Setiap perusahaan akan mempertahankan dan mengusahakan agar dapat bersaing sesuai dengan industrinya. Untuk mempengaruhi pembelian terhadap konsumen, setiap perusahaan dituntut untuk inovatif dan kreatif dalam melakukan pemasaran. Upaya untuk mempengaruhi keputusan pembelian tersebut tidak hanya dengan menjanjikan *product functional* dan *good services*, akan tetapi pemasar harus dapat mengetahui apa yang sedang dibutuhkan atau yang sedang diinginkan oleh konsumen pada saat ini (Laluyan, Wibowo, and Setiorini 2019).

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya *digital marketing*. Dalam era pemasaran *digital marketing* merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu *digital marketing*. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan

setiap waktu/real time dan bisa menglobal atau mendunia (Ratna Gumilang 2019).

Menurut (Stokes, 2013), Pemasaran digital dapat didefinisikan sebagai penggunaan saluran digital untuk memasarkan merk. Kemudian untuk membangun definisi ini pemasaran digital didukung oleh internet, yang merupakan media interaktif yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi. Dan menurut (Agung, 2021) *Digital marketing* adalah dalam ranah cara pemasarannya yang bisa diterapkan untuk berbagai jenis bisnis, entah itu bisnis *online* atau *offline*

Dalam menghubungkan informasi antara perusahaan dengan *influencer* (*client*) yaitu *Agency*. *Romi Agency* merupakan wadah (*platform*) untuk mempromosikan *brand* kepada *influencer*. *Agency* ini tugasnya mencari *influencer* untuk mempromosikan produk dari perusahaan, agar konten yang dibuat nantinya tepat sasaran. Tidak sedikit *influencer* yang belum mempunyai *management team* (perorangan) dan belum mengerti caranya membuat invoice, sehingga untuk melakukan kerja sama terhadap perusahaan dibutuhkan sebuah invoice yang mengartikan sebagai perincian atas penawaran terhadap suatu transaksi. Sistem yang digunakan untuk membuat invoice, masih menggunakan Microsoft Word kemudian di konversikan ke bentuk PDF. Kemudian, pengarsipan dokumen terhadap *Agency* ini, masih dalam bentuk berkas dan disimpan di map, yang memungkinkan terjadinya kehilangan data, serta kesulitan untuk mencarinya karena tidak ada sistem dan database untuk mengelolanya.

Dengan melihat kebutuhan yang ada, maka dari itu dibuatkan aplikasi untuk membantu *Agency* dalam penyimpanan dan pengecekan data *influencer*, serta

(toko fisik), entah itu untuk berjualan produk maupun jasa.

Strategi yang digunakan dalam *digital marketing*, salah satunya sosial media Instagram. Perusahaan melakukan kerja sama dengan *influencer* untuk melakukan pemasaran terhadap konsumen. *Influencer* atau selebgram memberikan banyak pengaruh pada penjualan produk beberapa bisnis dengan jangkauan *followers* yang banyak, *influencer* mempromosikan produk anda untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal (Chakti, 2019).

membantu *influencer* untuk membuat invoice yang akan diteruskan ke brand.

Menurut penelitian yang dilakukan (Akhsani Taqwiym 2018), dalam jurnal ilmiah yang berjudul Perancangan Aplikasi Promosi Shirouoshien Berbasis Android. Menjelaskan untuk meningkatkan promosi serta mempermudah dalam usaha memperkenalkan produk baru dibutuhkan teknologi yang mendukung promosi sehingga media tersebut dapat mendukung usaha dalam memperkenalkan produk yang akan dipromosikan kepada calon-calon pelanggan. Dengan menggunakan media berupa aplikasi berbasis android, diharapkan informasi produk baru mudah diterima oleh masyarakat luas dengan cepat dan baik.

Menurut penelitian yang dilakukan (Sunisni, 2019), dalam jurnal ilmiah yang berjudul Aplikasi Pembuatan Invoice Penjualan Pada PT. Sakura Java Indonesia Berbasis Web. Disebutkan bahwa masalah yang terjadi adalah karyawan accounting membutuhkan waktu yang cukup lama untuk pembuatan invoice. Penerimaan invoice oleh customer tidak terlaksana tepat waktu, sehingga invoice yang sudah diterima oleh customer tidak sampai kepada devisi yang melakukan order.



**4.1 Rancangan**

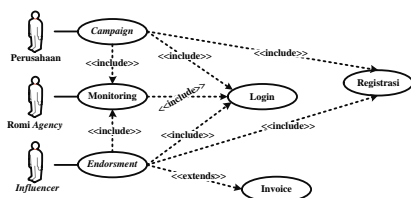
Berdasarkan dokumen-dokumen yang ada, maka akan dibuat sistem rancangan berorientasi UML pada aplikasi media promosi brand agar dapat mempermudah dalam implementasinya.

**4.1.1 Perancangan Sistem UML**

Unified Modeling Language (UML) muncul karena adanya kebutuhan pemodelan visual untuk menspesifikasikan, menggambarkan, membangun, dan dokumentasi dari sistem perangkat lunak. Unified Modeling Language (UML) merupakan bahasa visual untuk pemodelan dan komunikasi mengenai sebuah sistem dengan menggunakan diagram dan teks-teks pendukung. (Putra 2018)

**a) Use case Diagram**

Pada bagian ini digambarkan *use case diagram* dari aplikasi media promosi brand pada romi agency.

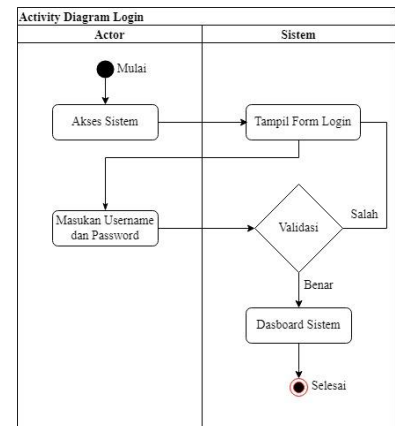


**Gambar 4.1** Gambar Use Case Diagram Sistem Media Promosi Brand

**b) Activity Diagram**

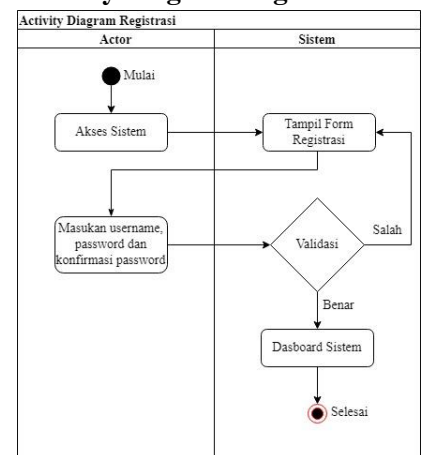
Pada bagian ini digambarkan *activity diagram* dari aplikasi media promosi brand pada romi agency

**1. Activity Diagram Login**



**Gambar 4. 2** Gambar Activity Diagram Login

**2. Activity Diagram Registrasi**

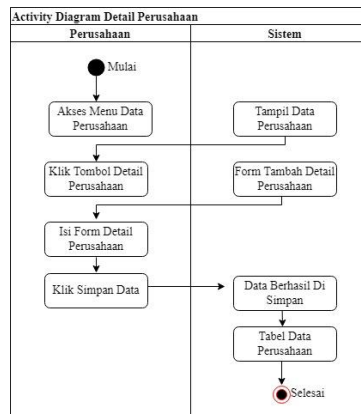


**Gambar 4. 3** Gambar Activity Diagram Registrasi

**3. Activity Diagram**

**Perusahaan**

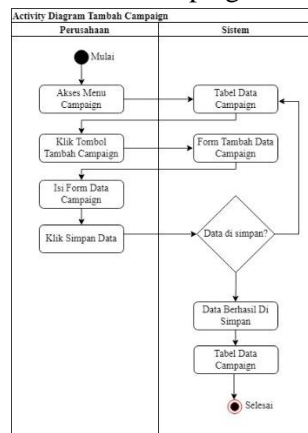
**a. Detail Perusahaan**



**Gambar 4. 4** Gambar Activity Diagram Detail Perusahaan

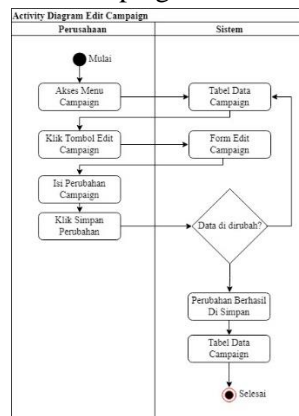
**b. Campaign**

- Tambah Campaign



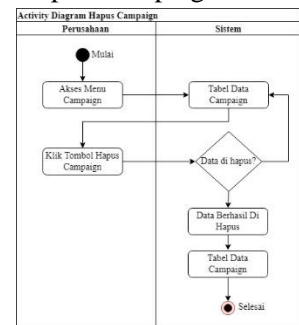
**Gambar 4. 5** Gambar Activity Diagram Tambah Campaign

- Edit Campaign



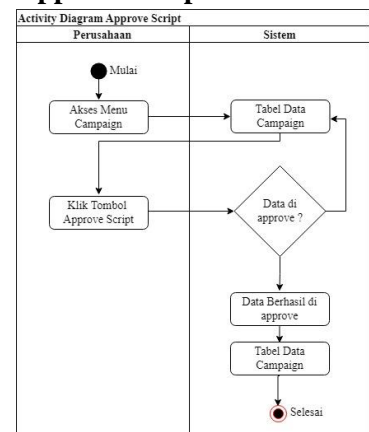
**Gambar 4. 6** Gambar Activity Diagram Edit Campaign

- Hapus Campaign



**Gambar 4. 7** Gambar Activity Diagram Hapus Campaign

**c. Approve Script**

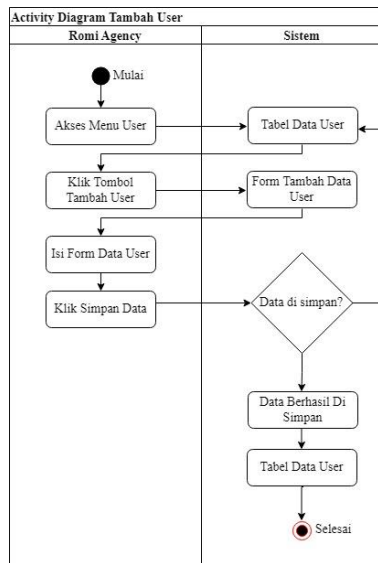


**Gambar 4. 8** Gambar Activity Diagram Approve Script

**4. Activity Diagram Romi Agency**

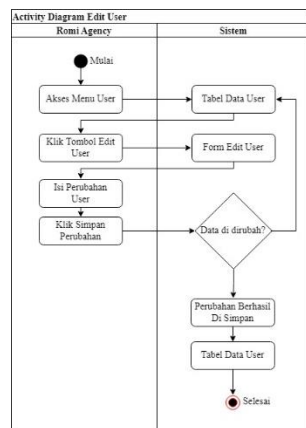
**a. Manage User**

- Tambah User



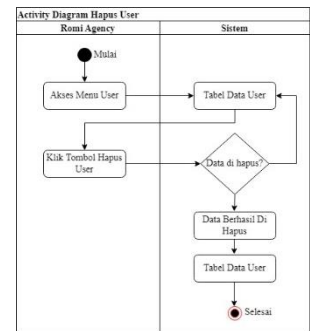
**Gambar 4. 9** Gambar Activity Diagram Tambah User

- Edit User



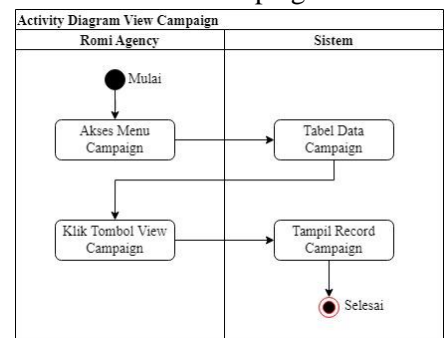
**Gambar 4. 10** Gambar Activity Diagram Edit User

- Hapus User



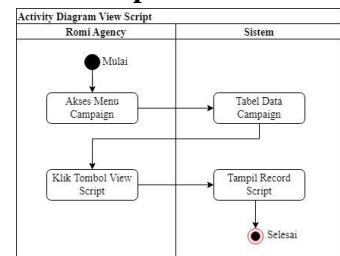
**Gambar 4. 11** Gambar Activity Diagram Hapus User

**b. Manage Campaign**  
- View Campaign



**Gambar 4. 12** Gambar Activity Diagram View Campaign

- View script



**Gambar 4. 13** Gambar Activity Diagram View Script

### Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan tersebut, bahwa Romi Agency adalah perusahaan bisnis yang belum seluruhnya dalam menggunakan sistem komputerisasi, terutama dalam mencetak dokumen-dokumen administrasi promosi dan lain-lain. Sehingga menimbulkan beberapa permasalahan yang mana salah satunya adalah keterlambatan dalam membuat laporan. Dengan adanya aplikasi ini Romi Agency diharapkan menjadi lebih baik, tertib administrasi, mudah dalam mencetak dokumen promosi, dan mudah dalam pencarian data, tidak perlu menunggu untuk mengetahui laporan dan

### Saran

Dengan dibuatnya program aplikasi ini penulis ingin memberikan beberapa saran, yaitu :

- a. Perlu adanya pengembangan sistem secara berkala dan menyesuaikan kebutuhan.

berharap berdampak juga terhadap perusahaan lain/pelanggan/pengguna. Implementasi Aplikasi Media Promosi pada Romi Agency yang dilakukan memberikan beberapa kesimpulan antara lain :

- a. Mempercepat dalam mencari kriteria influencer karena sebelumnya, masih menggunakan pesan Whatsapp.
  - b. Mempercepat pembuatan invoice pada influencer setelah Campaign berhasil di dapatkan dan terintegrasi ke sistem perusahaan.
  - c. Pengarsipan dokumen sudah menggunakan database sehingga meminimalisir kehilangan data.
- b. Dilakukan pemeliharaan sistem agar program aplikasinya berjalan dengan baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, & Rohi. (2016). *Web Programing is Easy & Simple*. Jakarta: Media Komputindo.
- Adm. (2022, june 13). *15 Cara Promosi di Instagram yang Pasti Menguntungkan*. Retrieved june 24, 2022, from mekari qontak: <https://blog.qontak.com/cara-promosi-di-instagram/>
- Agung, a. (2021). *The Fundamental of Digital Marketing*. PT Elex Media Komputindo.
- Akhsani Taqwiym. 2018. “Perancangan Aplikasi Promosi Shirouoshien Berbasis Android.” *Teknomatika* 08(02): 193–204.
- Ardian, Edo Ferry. 2021. “Pembelajaran Dan Absensi Harian Taruna Menggunakan Sublime Text Berbasis Web Di Poltekbang Surabaya Pembelajaran Dan Absensi Harian Taruna Menggunakan Sublime Text Berbasis Web.”
- Bambang, & nufian. (2020). *Strategi Branding Teori dan Perseptif Komunikasi data*. UB PRESS.
- Chakti, a. g. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Haviluddin. 2011. “Memahami Penggunaan UML ( Unified Modelling Language ).” *Memahami Penggunaan UML (Unified Modelling Language)* 6(1): 1–15. <https://informatikamulawarman.files.wordpress.com/2011/10/01-jurnal-informatika-mulawarman-feb-2011.pdf>.
- Hidayatulloh P., & Kawistara J.K. (2015). *Pemograman Web*. Bandung: Informatika.
- Ilmiah, Karya et al. 2019. “APLIKASI PEMBUATAN INVOICE PENJUALAN PADA PT . SAKURA JAVA INDONESIA BERBASIS WEB Satu Orang Saja , Tetapi Dapat Diakses Oleh

- Customer Dan Divisi Lainnya .  
Metodologi Penelitian.” : 1–9.
- Julianto, Simatupang, and Sianturi Setiawan. 2019. “Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Tiket Bus Pada Po. Handoyo Berbasis Online.” *Simatupang, Julianto Sianturi, Setiawan* 3(2): 11–25. <https://journal.amikmahaputra.ac.id/index.php/JIT/article/view/56/48>.
- Laluyan, Glen Irwinto, Imam Wibowo, and Amanda Setiorini. 2019. “IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN JD.Id Jakarta.” *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 7(3).
- Kotler, P., & Armstrong G. (2012). *Principles of Marketing*. United States: Pearson Education.
- Nurmansyah, Nur Aminudin. 2017. “Program Aplikasi Jasa Penyewaan Orgen Tunggal Alenka Musik Menggunakan Visuak Basic.” *Konferensi Mahasiswa Sistem Informasi* 5(09): 420–24.
- Putra, Hendra Nusa. 2018. “Implementasi Diagram UML (Unified Modelling Language) Dalam Perancangan Aplikasi Data Pasien Rawat Inap Pada Puskesmas Lubuk Buaya.” *Sinkron: jurnal dan penelitian teknik informatika* 2(2): 67–77. <https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/sinkron/article/view/130>.
- Raharjo, B. (2018). *Belajar Otodidak Framework Codeigniter*. Bandung: Informatika Bandung.
- Ratna Gumilang, Risa. 2019. “Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 10(1): 9–14.
- Ruddell, Benjamin L., and Praveen Kumar. 2005. “Unified Modeling Language.” *Hydroinformatics: Data Integrative Approaches in Computation, Analysis, and Modeling* (10): 9–20.
- Sidik, b. (2019). *Mengembangkan Framework Aplikasi Database dengan Codeigniter*. Bandung: Informatika Bandung.
- Sonata, Fifin -. 2019. “Pemanfaatan UML (Unified Modeling Language) Dalam Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Jenis Customer-To-Customer.” *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika* 8(1): 22.
- Stokes. (2013). *eMarketing: The Essential Guide to Digital Marketing*. Quirk Pty Ltd.
- Zaenal, R., & Smit Dev, C. (2015). *Bootstrap Design Framework*. Jakarta: Media Komputindo.