
Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Mengembangkan Promosi Wisata Kampung Lele Kediri

Rinanza Zulmy Alhamri¹, Toga Aldila Cinderatama², Fadelis Sukya³,
Fery Sofian Effendi⁴, Kunti Eliyen⁵

PSDKU Polinema di Kota Kediri^{1,2,3,4,5}

Alamat Institusi: Jl. Lingkar Maskumambang, Mojoroto, Kota Kediri^{1,2,3,4,5}

Email: rinanza.z.alhamri@polinema.ac.id¹, toga.aldila@polinema.ac.id², fadeliss@gmail.com³,
fery.sofian@polinema.ac.id⁴, kunti.eliyen@polinema.ac.id⁵

ABSTRAK

Mitra merupakan Wisata Kampung Lele yang berlokasi di Ds. Tales, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri dimana usaha ini murni didirikan oleh masyarakat setempat. Semenjak adanya pandemi COVID19, Mitra mengalami penurunan pendapatan sampai 50% di 10 bulan terakhir. Terdapat dua masalah yang timbul, pertama adalah kurangnya minat pengunjung karena adanya era New Normal dan yang kedua adalah penurunan pendapatan membuat tidak adanya anggaran untuk promosi. Terdapat dua solusi yang ditawarkan yang pertama di bidang manajemen, untuk menambah pendapatan maka dimanfaatkan transaksi online di masa New Normal sehingga diselenggarakan pelatihan pemanfaatan e-commerce dan yang kedua di bidang pemasaran adalah pengembangan media promosi meliputi pembangunan papan baliho, pembuatan website profil, dan perbaikan tampilan media sosial Instagram. Terdapat lima tahapan dalam melaksanakan kegiatan meliputi Koordinasi Internal Tim, Koordinasi Tim dengan Mitra, Pengembangan Media Promosi, Pelatihan Pemanfaatan e-Commerce, dan Evaluasi Kegiatan. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah Mitra telah memanfaatkan aplikasi Android untuk e-commerce GoFood, memiliki website profil <https://kampunglelekediri.com>, papan baliho, dan diperbaharainya tampilan media sosial Instagram @kampunglele54. Hasil evaluasi kegiatan menyatakan bahwa berdasarkan kuisioner Skala Likert keterampilan Mitra meningkat. Sedangkan dari segi pemanfaatan teknologi informasi dalam rentang satu bulan, order GoFood mencapai Rp294.500,00, website profil mencapai 306 pengunjung, dan follower instagram meningkat sejumlah 74 follower.

Kata Kunci— Wisata Kampung Lele, e-Commerce, Website Profil, Media Sosial

ABSTRACT

The partner is Wisata Kampung Lele which is located at Ds. Tales, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri where this business was purely founded by the local community. Since the COVID19 pandemic, Partner has experienced a 50% decrease in income in the last 10 months. There are two problems that arise, the first is the lack of visitor interest due to the New Normal era and the second is the decline in income which causes no budget for promotion. There are two solutions offered, the first is in the field of management, to increase income, online transactions are used during the New Normal so that training on the use of e-commerce is held. The second in the field of marketing is the development of promotional media including the construction of billboards, website profile creation, and repairing Instagram social media display. There are five stages in carrying out activities including Team Internal Coordination, Team Coordination with Partners, Promotional Media Development, e-Commerce Utilization Training, and Activity Evaluation. The results obtained from this activity are that Partners have used the Android application for GoFood e-commerce, have a profile website <https://kampunglelekediri.com>, billboards, and updated Instagram social media display @kampunglele54. The results of the evaluation of activities stated that based on the Likert Scale questionnaire the skills of partners increased. Meanwhile, in terms of the use of information technology in the span of one month, GoFood orders reached Rp. 294,500, 000, website profiles reached 306 visitors, and Instagram followers increased by 74 followers.

Keywords— Wisata Kampung Lele, e-Commerce, Profile Website, Social Media

1. PENDAHULUAN

Mitra merupakan Wisata Kampung Lele yang dikelola oleh Bapak Maryani di Dsn. Cakruk, Ds. Tales, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri. Wisata Kampung Lele yang memiliki luas sekitar 650 m² ini didirikan sejak tahun 2016 dan saat ini telah memperkerjakan 10 orang karyawan. Meskipun di kala pandemi COVID19 wisata tetap buka di hari biasa, namun tetap sepi pengunjung. Sedangkan ramai pengunjung di akhir pekan yaitu Hari Sabtu dan Minggu, meskipun jumlah pengunjung tidak seramai di hari biasa saat sebelum pandemi COVID19 terjadi. Di masa pandemi COVID19 ini, pengunjung kebanyakan adalah pengunjung lokal sekitar lokasi Kampung Lele. Pengunjung biasanya adalah anak-anak dimana ingin masuk ke kolam renang atau keluarga yang ingin menikmati taman dan tempat bermain anak.

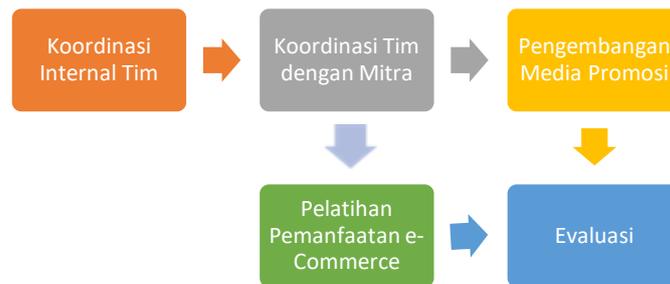
Omset bulanan murni dari pengeloan Kampung Lele tanpa adanya pendapatan dari budidaya lele, dari sebelum pandemi COVID19 dengan saat pandemi COVID19 mengalami penyusutan hingga 50%. Setiap bulannya Mitra memiliki omset minimal Rp17.000.000,00 di saat sebelum pandemi. Sedangkan setelah pandemi omset rata-rata per bulan di 10 bulan terakhir ini adalah sekitar Rp8.000.000,00. Hal ini membuat Mitra melakukan penghematan. Karena pendapatan sangat minimal, membuat biaya habis untuk modal dan produksi. Tidak ada sisa untuk melakukan perawatan atau bahkan pengembangan fasilitas. Hal tersebut dikarenakan lesunya minat pengunjung untuk mengunjungi Kampung Lele atau untuk sekedar belanja makanan olahan lele akibat dampak era New Normal. Dengan dibatasinya ruang gerak agar memenuhi protokol kesehatan, era New Normal sendiri memberikan tekanan terhadap kondisi ekonomi nasional [1]. Namun demikian sebenarnya transaksi alternatif tetap bisa dilakukan dengan menggunakan media online [2].

Bisa dirumuskan masalah yang ada meliputi pendapatan yang menyusut karena berkurangnya pengunjung akibat adanya era New Normal serta terbatasnya media promosi yang efektif dan efisien akibat tidak adanya anggaran serta kurang paham tentang pemanfaatan teknologi informasi. Adapun solusi yang dilakukan pada kegiatan ini meliputi pelatihan pemanfaatan e-commerce. Diharapkan dengan pemanfaatan aplikasi e-commerce, transaksi akan semakin bertambah melalui media online untuk meningkatkan pendapatan Mitra [3]. Kemudian pengembangan media promosi baik offline maupun online. Hal tersebut merupakan solusi di bidang pemasaran dimana diharapkan promosi yang efektif dan efisien tetap berjalan agar jangkauan informasi tentang Wisata Kampung Lele semakin melebar dan menjangkau semua kalangan [4].

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan dilakukan di Wisata Kampung Lele yang beralamatkan Jl. Puspowarno, RT.01/RW.04, Dsn. Cakruk, Ds. Tales, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri, Jawa Timur. Kegiatan dilakukukan selama 8 bulan dimulai tanggal 1 Maret 2021 sampai dengan 31 Oktober 2021.

Adapun metode pelaksanaan pada kegiatan ini terdiri dari lima tahapan meliputi Koordinasi Internal Tim, Koordinasi Tim dengan Mitra, Pengembangan Media Promosi, Pelatihan Pemanfaatan e-Commerce, dan terakhir adalah Evaluasi Kegiatan.



Gambar 1 Tahapan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Kegiatan Pengembangan Media Promosi dan Pelatihan Pemanfaatan e-Commerce dilakukan secara paralel untuk efisiensi waktu seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1. Penjelasan detail dari metode pelaksanaan adalah sebagai berikut.

a) *Koordinasi Internal Tim*

Koordinasi dengan tim internal pengusul melibatkan ketua tim, empat anggota tim, dan tiga pembantu pelaksana yang terdiri satu laboran dan dua mahasiswa Prodi DIII Manajemen Informatika mengenai tugas masing-masing dan rencana yang akan dilakukan.

b) *Koordinasi Tim dengan Mitra*

Koordinasi Tim dengan Mitra menyangkut pembahasan mengenai kebutuhan detail dari kegiatan yang akan dilakukan meliputi Pengembangan Media Promosi serta Pelatihan Pemanfaatan e-Commerce.

c) *Pengembangan Media Promosi*

Tahap Pengembangan Media Promosi akan dibangun media promosi baik secara materil maupun bersifat virtual menggunakan beragam media online. Pembangunan website profil sesuai dengan metode pengembangan Waterfall meliputi analisis, desain, coding dan pengujian, implementasi, dan yang terakhir pemeliharaan [5] seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Metode Pengembangan Waterfall untuk Pembangunan Website Profil

d) *Pelatihan Pemanfaatan e-Commerce*

Pada tahapan Pelatihan Pemanfaatan e-Commerce akan diadakan kegiatan pelatihan bagaimana menggunakan aplikasi e-commerce berbasis mobile Android. Peserta adalah perwakilan Mitra yang memang memiliki dan mampu mengoperasikan *smartphone* Android.

e) *Evaluasi*

Evaluasi Kegiatan dilakukan untuk mengevaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan apakah telah memenuhi harapan serta memberikan dampak positif terhadap Mitra. Adapun evaluasi yang dilakukan meliputi:

- Peningkatan keterampilan Mitra. Melakukan pembagian kuisioner pelatihan untuk kemudian diukur tingkat keterampilan dengan Skala Likert. Satuan yang diukur adalah persentase. Untuk memperoleh skor persentase maka digunakan rumus 1.

$$SA = \frac{NJ}{ST \times NR} \times 100 \quad \dots(1)$$

Keterangan:

SA = Skor Akhir

NJ = Jumlah nilai setiap jawaban responden

ST = Nilai skala tertinggi

NR = Jumlah responden

Dari hasil rumus 1 maka akan diperoleh skor persentase dimana dapat diambil kriteria berdasarkan Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria dari Skor Akhir

Skor (%)	Kategori Kemampuan	Kategori Frekuensi
0-19.99	Tidak Bisa	Tidak Pernah
20-39.99	Kurang Bisa	Jarang
40-59.99	Cukup Bisa	Kadang-kadang
60-79.99	Bisa	Sering
80-100	Mampu	Selalu

- Keberhasilan teknologi informasi yang dimanfaatkan meliputi banyaknya pengunjung pada website profil, banyaknya follower pada media sosial, dan banyaknya transaksi pada aplikasi e-commerce.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini akan dibahas secara detail hasil dari penyelenggaraan kegiatan berdasarkan metode pelaksanaan yang telah disusun sebelumnya.

3.1. Hasil Koordinasi Internal Tim

Koordinasi Internal Tim menghasilkan pembagian tugas dalam melaksanakan kegiatan. Tim terdiri ketua, empat anggota, dan tiga pembantu pelaksana. Koordinasi dilakukan secara online karena adanya pandemi. Karena terdapat dua kegiatan inti yaitu pengembangan media promosi dan pelatihan pemanfaatan e-commerce maka Tim dibagi menjadi dua sub tim sebagai panitia. Satu kegiatan inti terdiri ketua, dua anggota, dan tiga pembantu pelaksana.

3.2. Hasil Koordinasi Tim dengan Mitra

Koordinasi Tim dengan Mitra menghasilkan kebutuhan detail dari Mitra terkait dua kegiatan inti yaitu pengembangan media promosi dan pelatihan pemanfaatan e-commerce. Adapun kebutuhan detail Mitra disebutkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Tabel Kebutuhan Mitra

Kegiatan	Kebutuhan Mitra
Pengembangan Media Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Pembangunan Papan Baliho • Pembuatan Website Profil • Perbaiki tampilan Instagram
Pelatihan Pemanfaatan e-Commerce	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan Pemanfaatan GoFood menggunakan smartphone Android • Pelatihan pengelolaan website profil

Dalam kegiatan pengembangan media promosi, Mitra membutuhkan pembangunan papan baliho, pembuatan website profil, dan perbaikan tampilan terhadap akun instagram. Sedangkan dalam pelatihan pemanfaatan e-commerce, Mitra memilih aplikasi mobile berbasis Android GoFood untuk melakukan transaksi online serta membutuhkan pelatihan pengelolaan website profil secara lebih detail.

3.3. Hasil Pengembangan Media Promosi

Kegiatan Pengembangan Media Promosi dibagi ke dalam tiga sub tahapan meliputi Pembangunan Papan Baliho, Pembuatan Website Profil, dan Perbaikan Tampilan Instagram.

- **Pembangunan Papan Baliho**

Papan baliho perlu dibangun sebagai media untuk mempromosikan nama Kampung Lele secara langsung terhadap khalayak ramai. Disamping itu banner dilukis Wisata Kampung Lele Kediri disertai alamat website profil dan logo Politeknik Negeri Malang. Sehingga masyarakat menjadi tahu produk dan bagaimana bertransaksi secara online menggunakan media internet.

Papan baliho berukuran 1.5 m x 2.5 m dimana terbuat dari triplek aluminium dengan pondasi dan tiang cor semen dengan atap asbes seperti pada Gambar 3.

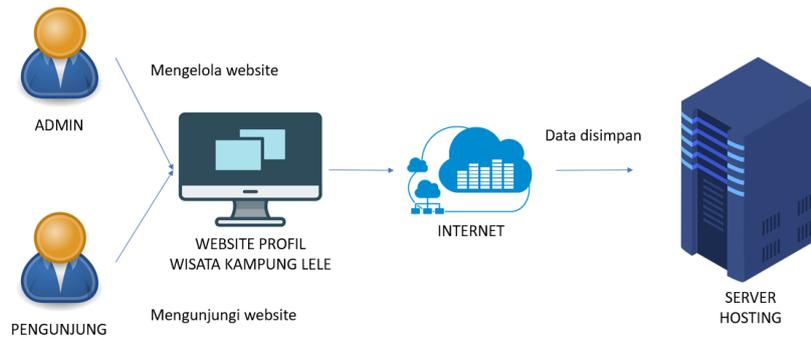


Gambar 3. Tampilan Papan Baliho Wisata Kampung Lele Kediri

- **Pengembangan Website Profil**

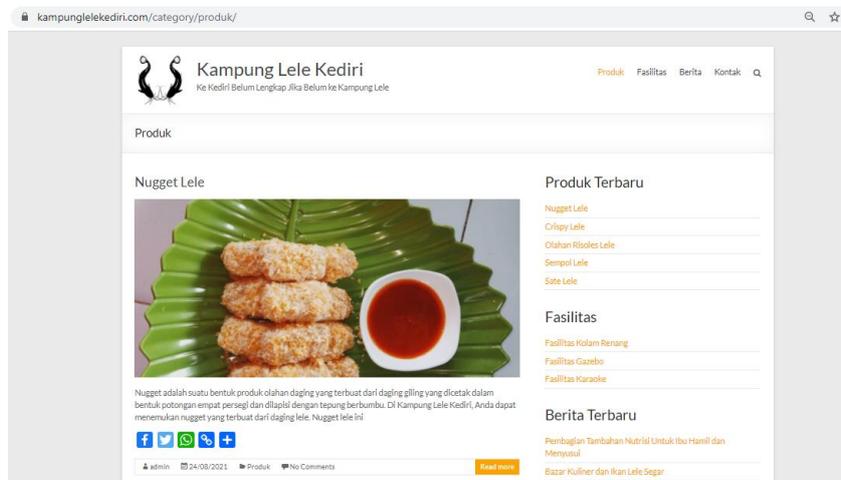
Untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas maka perlu adanya website profil dimana dapat menampilkan profil dari Kampung Lele Kediri secara fleksibel melalui internet. Website ini dikembangkan menggunakan platform Wordpress dan dihosting pada alamat domain <https://kampunglelekediri.com>.

- *Analisis kebutuhan.* Website profil Kampung Lele yang dibangun memiliki fungsi menampilkan produk, menampilkan fasilitas, menampilkan berita, dan menampilkan kontak
- *Desain sistem.* Website profil Kampung Lele memiliki dua pengguna yaitu Admin sebagai pengelola dan pengunjung website.

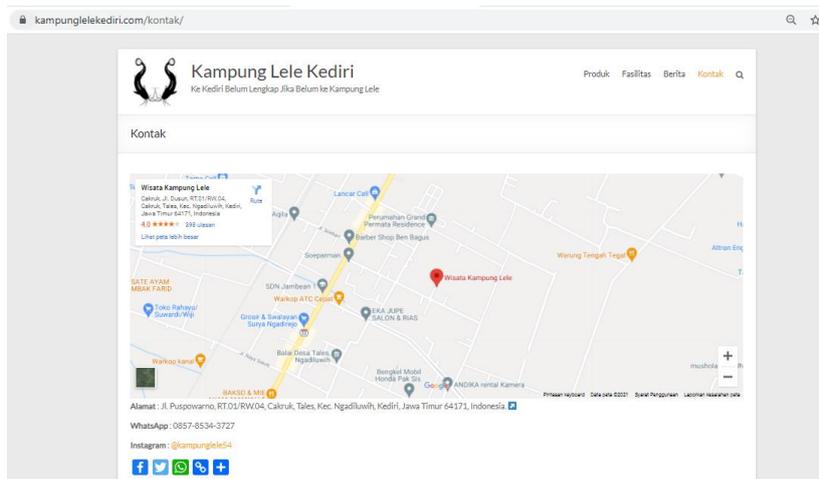


Gambar 4. Arsitektur Sistem Website Profil Kampung Lele

- Website profil Kampung Lele diakses melalui internet dengan alamat domain <https://kampunglelekediri.com> seperti yang dijelaskan pada Gambar 4.
- *Implementasi.* Dengan menggunakan platform Wordpress pengembangan semakin efisien dengan penambahan fitur *slider, like & comment, media social sharing,* dan *google map* pada kontak seperti pada Gambar 5. Di dalam kontak ditampilkan nomor Whatsapp, akun Instagram, dan juga akun GoFood seperti pada Gambar 6.



Gambar 5. Tampilan Produk pada Website Profil Kampung Lele Kediri



Gambar 6. Tampilan Kontak pada Website Profil Kampung Lele Kediri

- *Pengujian*. Pengujian menghasilkan bahwa produk, fasilitas, berita, dan kontak dapat ditampilkan dengan baik. Penjelasan detail ada pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pengujian Website Profil Kampung Lele

User	Keterangan	Hasil
Admin	Dapat menambah, mengedit, dan menghapus konten produk	Berhasil
Admin	Dapat menambah, mengedit, dan menghapus konten fasilitas	Berhasil
Admin	Dapat menambah, mengedit, dan menghapus konten berita	Berhasil
Admin	Dapat menambah, mengedit, dan menghapus konten kontak	Berhasil
Pengunjung	Dapat melihat konten produk	Berhasil
Pengunjung	Dapat melihat konten fasilitas	Berhasil
Pengunjung	Dapat melihat konten berita	Berhasil
Pengunjung	Dapat melihat konten kontak	Berhasil

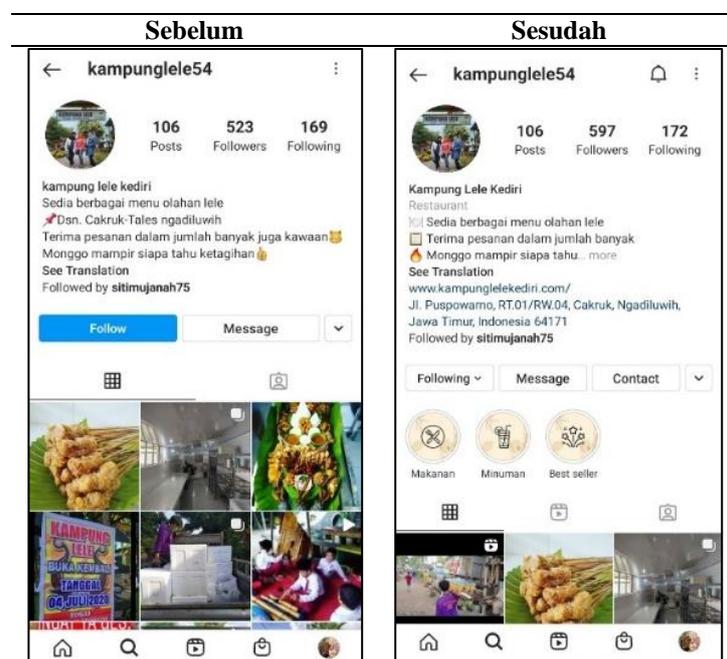
- *Pemeliharaan*. Pemeliharaan dilakukan oleh Mitra dengan memberikan pelatihan detail bagaimana cara menggunakan website profil pada kegiatan selanjutnya.

• Pengelolaan Tampilan Instagram

Instagram menjadi salah satu media sosial penting dalam mempromosikan produk karena memiliki basis *sharing image* dan video singkat melalui perangkat mobile. Mitra sebenarnya sudah memiliki akun namun tampilan kurang meyakinkan, untuk itu perbaikan tampilan instagram meliputi:

- Perbaikan caption profil
- Menampilkan alamat website profil
- Menambahkan produk pada *highlight story*

Tabel 4. Perbandingan Tampilan Instagram Kampung Lele Sebelum dan Sesudah Perbaikan



3.4. Hasil Pelatihan Pemanfaatan e-Commerce

Kegiatan Pelatihan Pemanfaatan e-Commerce memiliki tema "Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi e-Commerce Berbasis Android: Pengelolaan Website Profil dan Penggunaan Aplikasi GoFood". Pelatihan fokus terhadap pemanfaatan perangkat mobile Android. Kegiatan ini dilakukan dalam dua rangkaian sesi pelatihan meliputi Pelatihan Pengelolaan Web Profil Wisata Kampung Lele Kediri dan Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Android GoFood.

- Pelatihan Pengelolaan Web Profil Wisata Kampung Lele

Pelatihan berisi materi bagaimana Admin dapat menggunakan perangkat mobile Android dalam mengelola konten Web Profil Wisata Kampung Lele. Materi meliputi cara login admin, cara menambah konten, cara mengedit konten, dan cara menghapus konten.



Gambar 7. Pelatihan Pengelolaan Web Profil Wisata Kampung Lele Kediri

- Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Android GoFood

Pelatihan berisi materi bagaimana memanfaatkan aplikasi Gofood untuk promosi maupun transaksi secara online meliputi membuka akun Gofood, mengelola produk, menerima pesanan.



Gambar 8. Pelatihan Penggunaan Aplikasi GoFood

Hasil pelatihan diujicoba secara langsung dimana Mitra menerima pesanan GoFood dan hasil pemasukkan ditransfer ke rekening bank yang didaftarkan setelah 24 jam.



Gambar 9. Ujicoba Penggunaan Aplikasi GoFood

3.5. Hasil Evaluasi

Untuk memperoleh kinerja kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini maka dilakukan evaluasi dalam dua tahapan. Evaluasi tahap pertama mengukur tingkat pengetahuann Mitra setelah diadakan kegiatan ini dan evaluasi tahap kedua adalah mengukur keberhasilan dalam memanfaatkan teknologi informasi

- Tingkat Pengetahuan Mitra

Hasil evaluasi berdasarkan Tabel 5 membuktikan adanya peningkatan kemampuan Mitra baik berdasarkan penggunaan media sosial, akses website, maupun penggunaan e-commerce. Dalam menggunakan media sosial, frekuensi penggunaan tetap sering dan memiliki kemampuan dalam menggunakannya. Sedangkan akses website, frekuensi akses menjadi sering dan telah bisa dalam menggunakannya. Untuk penggunaan e-commerce, frekuensi penggunaan menjadi lebih sering dan telah mampu dalam mengoperasikan.

Tabel 5. Hasil Evaluasi Tingkat Peningkatan Pengetahuan Mitra

Topik	Skor (%)	Kriteria
Frekuensi menggunakan media sosial	80	Selalu
Kemampuan menggunakan media sosial	80	Mampu
Frekuensi mengakses website	70	Sering
Kemampuan mengakses website	70	Bisa
Frekuensi menggunakan e-commerce	70	Sering
Kemampuan menggunakan e-commerce	70	Bisa

- Tingkat Keberhasilan Pemanfaatan Teknologi Informasi oleh Mitra

Tingkat keberhasilan pemanfaatan teknologi diukur melalui berbagai parameter meliputi total order melalui aplikasi e-commerce GoFood, banyaknya pengunjung pada Website Profil

Wisata Kampung Lele Kediri <https://kampunglelekediri.com>, dan peningkatan jumlah follower pada media sosial Instagram @kampunglele54. Evaluasi dilakukan dalam rentang waktu satu bulan penuh untuk diperoleh hasilnya. Untuk total pemasukkan yang diperoleh dalam jangka waktu satu bulan setelah penggunaan aplikasi e-commerce GoFood adalah Rp294.500,00 dalam 5 kali order. Sedangkan banyaknya pengunjung sejak website <https://kampunglelekediri.com> dirilis dan dievaluasi selama satu bulan, total terdapat 306 pengunjung. Dan untuk peningkatan jumlah followers Instagram, dimana sebelum pemaksimalan tampilan instagram, follower akun Instagram @kampunglele54 sebanyak 523 follower. Setelah dilakukan pemaksimalan tampilan dan fitur akun Instagram, follower bertambah sebanyak 597 follower. Artinya dalam 1 bulan akun @kampunglele54 bertambah 74 follower.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang berjudul Program Pengembangan Promosi Wisata Kampung Lele Berbasis Teknologi Informasi telah diselenggarakan secara lancar dengan dua kegiatan inti meliputi Pengembangan Media Promosi serta Pelatihan Pemanfaatan e-Commerce. Kegiatan Pengembangan Media Promosi meliputi tiga sub kegiatan yaitu pembangunan papan baliho, pembuatan website profil <https://kampunglelekediri.com>, serta perbaikan tampilan akun Instagram @kampunglele54. Sedangkan kegiatan Pelatihan Pemanfaatan e-Commerce memiliki judul "Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi e-Commerce Berbasis Android: Pengelolaan Website Profil dan Penggunaan Aplikasi GoFood" dimana terdiri dari dua sesi pelatihan meliputi sesi satu pelatihan pengelolaan website profil dan sesi dua pelatihan penggunaan Aplikasi GoFood melalui smartphone Android.

Dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dapat dievaluasi hasil dari kegiatan meliputi dua jenis evaluasi yaitu tingkat pengetahuan Mitra serta tingkat keberhasilan pemanfaatan teknologi informasi oleh Mitra. Berdasarkan data kuisioner evaluasi dapat disimpulkan bahwa Mitra mengalami peningkatan pengetahuan dimana dalam menggunakan media sosial, frekuensi selalu dan mampu dalam menggunakan. Sedangkan akses website, frekuensi sering dan bisa dalam mengaksesnya. Untuk penggunaan e-commerce, frekuensi sering dan bisa dalam mengoperasikannya. Mitra berhasil memperoleh manfaat atas pemanfaatan teknologi informasi dengan mendapat order GoFood rata-rata satu kali dalam satu minggu dengan rata-rata nilai order sebanyak Rp58.900,00, website profil rata-rata dua pengunjung per hari, dan akun Instagram rata-rata meningkat dua follower per hari.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada UPT P2M Politeknik Negeri Malang yang telah mendukung terlaksananya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini secara penuh serta pihak Mitra Wisata Kampung Lele Kediri atas bersedianya menjadi Mitra Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

REFERENSI

- [1] A. Habibi, "Normal Baru Pasca Covid19," *'ADALAH: Buletin Hukum dan Keadilan*, vol. 4, no. 1, pp. 197-204, 2020.
- [2] C. D. Maulidasari and Damrus, "Dampak Pemasaran Online di Era Covid-19," *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, pp. 233-245, 2020.
- [3] Sudaryono, E. Rahwanto and R. Komala, "E-COMMERCE DORONG PEREKONOMIAN INDONESIA, SELAMA PANDEMI COVID 19 SEBAGAI ENTREPRENEUR MODERN DAN PENGARUHNYA TERHADAP BISNIS OFFLINE," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Baja*, pp. 200-213, 2020.
- [4] R. J. Hidayatullah, N. H. Wardani and A. Rachmadi, "Pengembangan Website Kampung Batik Jetis dengan Metode Rational Unified Process," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, pp. 4347-4356, 2018.
- [5] R. Sukanto and M. Shalahudin, *Rekayasa Perangkat Lunak Struktur dan Berorientasi Objek*, Bandung: Informatika Bandung, 2014.