



BAB II

TINJAUAN LITERATUR

Dalam bab ini berisi tinjauan literatur yang membahas penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain. Tinjauan ini bertujuan untuk memberikan perbandingan dan referensi yang berguna dalam penelitian yang sedang dilakukan, serta untuk memperkuat penelitian yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan referensinya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model pengembangan *Godfrey* sebagai alur perancangannya. Yang Dimana Metode *Godfrey* (1995) memberikan metode yang merupakan turunan dari metode pengembangan perangkat lunak klasik yang dikenal dengan nama lain dari *waterfall* yaitu *Godfrey*. *Godfrey* (1995) menyebut metodenya dengan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) sedangkan metode *Waterfall* disebut *Godfrey* (1995) dengan *Systems Development Life Cycle* (SDLC)[5].

2.1 Studi Literatur

Berikut adalah penelitian-penelitian yang telah dilakukan dan memiliki hubungan yang sejalan dengan penelitian yang akan dibahas dalam tugas akhir ini. Untuk memperkuat penelitian ini, diperlukan kajian literatur, diantaranya yaitu:

Tabel 2. 1 Kajian Literatur

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL
1.	Nisa'ul Hafidhoh, Liya Umaroh, Sugiyanto. Universitas Dian Nuswantoro. Tahun (2020)	Pengembangan Animasi Keterampilan Berbicara Bahasa Inggris dengan <i>Multimedia Development Life Cycle Godfrey</i> .	Penelitian ini membahas pengembangan animasi untuk meningkatkan keterampilan berbicara bahasa Inggris, terutama dalam konteks wawancara kerja. Pengembangan animasi mengikuti metode <i>Multimedia Development</i>

Tabel 2. 1 Kajian Literatur (Lanjutan)

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL
			<i>Life Cycle</i> (MDLC). Animasi berdurasi 1 jam 38 menit berhasil dikembangkan dan diuji. Hasil pengujian menunjukkan nilai rata-rata 85,5, yang menunjukkan bahwa animasi tersebut cukup jelas dan menarik. Penelitian eksperimen menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan berbicara di kelas yang menggunakan animasi dibandingkan dengan kelas control[6].
2.	Abdul Muni, Khairul Ikhwan. Program Studi Sistem Informasi, Teknik Industri, Fakultas Teknik & Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri. Tahun (2021)	Perancangan Sistem Informasi Film Berbasis WEB.	Penelitian ini menguraikan pengembangan sistem informasi film berbasis web yang bertujuan untuk mempermudah penyimpanan dan pengelolaan data film, termasuk jenis dan <i>genre</i> . Sistem dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL, yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah melihat dan memilih film berdasarkan kategori yang diinginkan. Metode pengembangan yang digunakan adalah model waterfall, yang mencakup analisis kebutuhan, desain implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi ini berhasil mempermudah pengelolaan data film, meningkatkan akurasi penyimpanan, dan memberikan informasi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Tabel 2. 1 Kajian Literatur (Lanjutan)

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL
			terkini mengenai film kepada pengguna. Dengan demikian, sistem ini dapat meningkatkan pengalaman pengguna dalam memilih film sesuai preferensi mereka[7].
3.	Sandi Arjun Pratama, Samsudin, Bayu Rianto. Universitas Islam Indragiri. Tahun (2022)	Perancangan Video <i>Company</i> Profil di SMAN2 Tembilahan.	Penelitian ini membahas tentang pembuatan video profil untuk SMAN 2 Tembilahan sebagai media promosi. Media yang digunakan saat ini, seperti brosur dan spanduk, dianggap mahal dan kurang menarik. Dengan menggunakan metode <i>Multimedia Development Life Cycle</i> (MDLC), penulis merancang video yang mencakup <i>storyboard</i> dan desain <i>Editing</i> yang menarik. Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa video ini menarik dan mudah dipahami, serta dapat meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat[8].
4.	Bayu Rianto, Muh. Rasyid Ridha, Indrawan Alsa. Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Islam Indragiri. Tahun (2022)	Media Pembelajaran Berbasis Multimedia Untuk Mata Pelajaran Pjok Di Sma N 1 Tembilahan.	Jurnal ini membahas pengembangan media pembelajaran berbasis multimedia dengan menggunakan metode <i>Multimedia Development Life Cycle</i> (MDLC), yang mencakup enam tahap: konsep, desain, pengumpulan bahan, pembuatan pengujian, dan distribusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode pembelajaran yang masih konservatif, yaitu ceramah, kurang menarik

Tabel 2.1 Kajian Literatur (Lanjutan)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL
			bagi siswa. Oleh karena itu, peneliti berupaya menciptakan media yang lebih interaktif dan menarik, yang dapat meningkatkan minat dan pemahaman siswa. Melalui pengumpulan data dan pengujian, ditemukan bahwa 80% responden setuju akan pentingnya media pembelajaran berbasis multimedia dalam proses belajar mengajar[9].
5.	Nurlianti, Muh. Rasyid Ridha. Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri. Tahun (2023)	Perancangan Multimedia Iklan Bisnis Kuliner	Penelitian ini membahas perancangan video iklan untuk bisnis kuliner, khususnya "Mie Pedas Maut". Promosi yang selama ini dilakukan hanya menggunakan gambar produk dianggap kurang menarik. Tujuan penelitian ini adalah menciptakan video iklan yang lebih menarik untuk meningkatkan minat konsumen. Penelitian menggunakan metode <i>Villamil Molina</i> yang terdiri dari lima tahapan: <i>development</i> , pra-produksi, produksi, pasca-produksi, dan <i>delivery</i> . Proses <i>Editing</i> video dilakukan menggunakan aplikasi <i>Filmora</i> 9. Hasilnya menunjukkan bahwa video ini efektif dalam menyampaikan informasi dan menarik perhatian konsumen. Perancangan multimedia iklan ini berhasil menciptakan video yang menarik dan informatif,

Tabel 2.1 Kajian Literatur (Lanjutan)



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL
			yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk kuliner. Video ini berkontribusi pada strategi pemasaran yang lebih efektif bagi bisnis kuliner di Tembilahan[10].
6.	Glara Sinta, Br Evaliata Sembiring. Program Studi Teknik Multimedia dan Jaringan Jurusan Teknik Informatika. Politeknik Negeri Batam. Tahun (2020)	Multimedia Interaktif untuk Promosi Produk pada Pegadaian Menggunakan Metode <i>Godfrey</i> .	Hasil pengujian menunjukkan bahwa multimedia interaktif ini memenuhi semua parameter yang ditentukan, termasuk kemudahan navigasi, muatan kognitif, dan estetika, dengan tingkat kepuasan responden mencapai 100%. Kesimpulannya, multimedia interaktif ini efektif sebagai alat promosi digital yang dapat membantu masyarakat memahami produk tabungan emas, serta meningkatkan minat untuk berinvestasi[11].
7.	Fenty Tristanti Julfia, Martua Hama Siregar, Wiga Ariani, Delpima Suhita, Deden Fauzan Yulianto. Universitas Mohammad Husni Thamrin Jakarta, Universitas Bina Sarana Informatika, Universitas Krisnadwipayana. Tahun (2023)	Perancangan Video Animasi <i>Motion Graphic</i> Sebagai Media Promosi Digital UMKM Kopi Jonggol.	Penelitian ini membahas penggunaan video animasi sebagai media promosi untuk UMKM Kopi Jonggol, yang mengalami penurunan penjualan akibat pandemi <i>Covid-19</i> . Animasi <i>Motion Graphic</i> dipilih karena lebih menarik daripada iklan statis dan dapat digunakan di berbagai platform digital. Proses perancangan video melibatkan tiga tahap: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, serta mengikuti metodologi <i>Multimedia Development Life Cycle</i> yang mencakup enam

Tabel 2.1 Kajian Literatur (Lanjutan)

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL
----	----------	-------	-------



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

			langkah: konsep, desain, pengumpulan materi, perakitan, pengujian, dan distribusi. Hasil dari proses perancangan adalah video animasi <i>Motion Graphic</i> berdurasi 44 detik yang menyajikan produk Kopi Jonggol dengan elemen visual menarik. Video ini dirancang untuk menarik perhatian konsumen dan memberikan informasi tentang produk[12].
8.	Tasya Chandra, Helen, Jesica, Leo Francisco, Syafeul Anas Aklani Universitas Internasional Batam. Tahun (2021)	Perancangan Video <i>Company Profile</i> Sebagai Media Promosi Warung Nanikang Loklok.	Jurnal ini membahas perancangan video <i>Company profile</i> sebagai alat promosi untuk Warung Nanikang Loklok, sebuah UMKM kuliner di Tanjung Balai Karimun, yang mengalami penurunan penjualan selama pandemi. Proses pembuatan video meliputi Persiapan, Pelaksanaan, dan Evaluasi. Video yang dihasilkan ditayangkan di media sosial dan mendapatkan respon positif dari pemilik usaha. Pada tanggal 7 Agustus 2021, video tersebut telah ditonton oleh 981 orang, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan Warung Nanikang Loklok[13].
9.	Kurnia Ramadhan Putra, Nur Fitrianti Fahrudin, Sofia Umaroh. Program Studi Sistem Informasi, FTI, Institut Teknologi Nasional Bandung.	Implementation of MDLC Method to Create Promotional Videos for Tahu Bakso Mak Cito.	Penelitian ini membahas penggunaan metode <i>Multimedia Development Life Cycle</i> (MDLC) untuk membuat video promosi bagi Tahu Bakso Mak Cito, sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Leuwiliang,



Tabel 2.1 Kajian Literatur (Lanjutan)

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL
	Tahun (2024)		Bogor. UMKM ini menghadapi tantangandalam pemasaran, terutama dalam memanfaatkan teknologi untuk promosi. Penelitian ini mrnggunakan analisis SWOT dam Metode MDLC dalam proses pembuatan videonya. Video promosi yang dihasilkan terbagi menjadi enam adegan dan telah diunggah di <i>YouTube</i>. Umpan balik dari pemilik usaha menunjukkan bahwa video tersebut sangat membantu dalam meningkatkan promosi dan kesadaran masyarakat terhadap produk mereka[14].
10.	Hendi Sama, Maria Ulfa. Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia. Tahun (2021)	Perancangan dan Implementasi Iklan Konten Video Cinematic Promotion <i>Coffee Shop</i> Renjana.	Penelitian ini merancang dan mengimplementasikan video promosi untuk Renjana Kopi, sebuah <i>Coffee Shop</i> di Batam, guna meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka. Metode yang digunakan termasuk wawancara langsung dengan pemilik observasi lokasi, dan studi pustaka. Video promosi dirancang dengan konsep sinematik dan berdurasi 1 menit 30 detik, menampilkan berbagai aspek dari Renjana Kopi, seperti interior, proses pembuatan kopi, dan acara <i>live music</i>. Video promosi yang dihasilkan diharapkan dapat meningkatkan penjualan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

			dan memberikan informasi yang menarik
--	--	--	---------------------------------------

Tabel 2.1 Kajian Literatur (Lanjutan)

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL
			bagi masyarakat. Implementasi video di akun Instagram Renjana Kopi berhasil menarik perhatian, dengan hasil awal mencapai 444 views[15].

2.2 Rangkuman

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu di atas, penelitian ini berfokus pada pembuatan video iklan produk makanan sebagai media promosi untuk gerai Jajanan 3 Sedare dengan menerapkan metode *Godfrey*. Tujuan utama dari penelitian ini adalah membantu *Owner* dalam memasarkan produknya melalui media sosial dengan cara yang menarik, sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mencoba Bomboloni Lumer. Berikut adalah 10 jurnal perbandingan penelitian terdahulu.

1. Pengembangan Animasi Keterampilan Berbicara menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC) Godfrey* untuk meningkatkan keterampilan berbicara bahasa Inggris.
2. Perancangan Sistem Informasi Film Berbasis WEB, menerapkan pengembangan perangkat lunak untuk mengelola data film.
3. Perancangan Video *Company Profil* di SMAN 2 Tembilahan, menggunakan metode MDLC untuk membuat video promosi bagi sekolah.
4. Media Pembelajaran Berbasis Multimedia untuk Pjok juga menerapkan MDLC dengan fokus pada pengembangan media pembelajaran di SMA N 1 Tembilahan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

5. Perancangan Multimedia Iklan Bisnis Kuliner, mengadopsi metode Villamol Molina untuk menciptakan video iklan untuk "Mie Pedas Maut".
6. Multimedia Interaktif untuk Promosi Produk pada Pegadaian, menggunakan metode MDLC untuk mengembangkan produk multimedia interaktif dalam promosi.
7. Perancangan Video Animasi *Motion Graphic* untuk UMKM Kopi Jonggol, menerapkan teknik *Motion Graphic* untuk video promosi produk kopi.
8. Perancangan Video *Company Profile* untuk Warung Nanikang Loklok, menggunakan MDLC untuk membuat video promosi bagi usaha kuliner tersebut.
9. *Implementation of MDLC Method to Create Promotional Videos for Tahu Bakso Mak Cito*, menerapkan MDLC dalam pengembangan video promosi bagi Tahu Bakso.
10. Perancangan dan Implementasi Iklan Konten Video *Cinematic Promotion* untuk *Coffee Shop* Renjana menggunakan wawancara dan observasi untuk menghasilkan video promosi bagi *coffee shop*.

2.3 Kesimpulan

Pada penelitian yang sekarang dibuat yaitu menggunakan metode MDLC dengan model pengembangan *Godfrey* yang diadopsi dari Jurnal Multimedia Interaktif untuk Promosi Produk pada Pegadaian Menggunakan Metode *Godfrey* Oleh Glara Sinta, Evaliata Br Sembiring Tahun 2021. Dengan tahapan *problem definition, genre and character, location and interface, plotting, scripting, dan production and Testing*. Tahapan dalam pengumpulan data dan analisis kebutuhan berada di tahapan *problem definition*. Untuk pengkonsepkan cerita yang mencakup



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Konsep cerita, penentuan karakter, pengembangan ide kreatif, gaya visual, dan narasi, jadwal produksi, hingga perlengkapan merupakan tahapan *genre and character*. Pada tahap *location and interface* menentukan lokasi dan desain serta spesifikasi yaitu navigasi antarmuka produk dengan konsumen. Pada tahap *plotting* dilakukan pembuatan *storyboard* yang untuk menghubungkan aksi dan reaksi yang disusun dari berbagai jalan cerita beserta aktivitas yang ada dalam skenario, memastikan bahwa *storyboard* sudah dibuat dan memeriksa bahwa tidak ada *loop* yang tidak diinginkan atau jalan buntu ketika melakukan aksi. Untuk proses mendefinisikan semua dialog, aksi, reaksi, lokasi, dan adegan demi adegan untuk seluruh interaksi ada di tahap *scripting*. Dan tahapan yang terakhir adalah *production and Testing* yang dimana dalam tahap ini dilakukan pembuatan video. Setelah produksi video iklan selesai, fase pengujian dilaksanakan menggunakan teknik pengujian alpha dan *Beta*. Pengujian alpha dilakukan untuk memverifikasi bahwa kedua video iklan memenuhi visualisasi, audio, dan konsep komunikasi yang diterapkan pada tahap desain. Pengujian *Beta*, di sisi lain, dilakukan dengan menunjukkan kedua video kepada *audiens* terbatas untuk meminta komentar mereka tentang daya tarik dan efektivitas video dalam menarik perhatian publik.

Dalam studi ini, dua konsep video iklan yang berbeda diproduksi, masing-masing dengan pendekatan yang berbeda dalam mempromosikan produk Bomboloni Lumer dari UMKM Jajanan 3 Sedare. Pengujian dilakukan untuk menentukan video mana yang lebih menarik bagi publik dan lebih efektif dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Selain itu, studi ini juga mencakup analisis peningkatan penjualan sebelum dan setelah implementasi video iklan. Data penjualan dianalisis berdasarkan catatan keuangan pemilik yang telah direkomendasikan melalui aplikasi yang tersedia pada *playstore* oleh peneliti. Dengan pencatatan yang lebih sistematis, dimungkinkan untuk menganalisis apakah video iklan yang dibuat memiliki efek positif terhadap penjualan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada penciptaan media promosi, tetapi juga mengevaluasi efektivitasnya dalam strategi pemasaran UMKM Jajanan 3 Sedare, baik dari segi daya tarik konsumen maupun dampak terhadap peningkatan penjualan.

