

Web-Based Product Marketing Information System On Blessed Boutique Business

[Sistem Informasi Pemasaran Produk Berbasis Web Pada Usaha Butik Berkah]

Rusdy yusmiawan Putra¹⁾, Ika Ratna Indra Astutik^{*,2)}

¹⁾Program Studi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: ikaratna@umsida.ac.id

Abstract. *The blessing boutique business is a business in the fashion sector. Buyers can place orders through owner according to the desired model. Women's clothing products in online stores usually have cheaper prices than in offline stores. In this case, the online shop does not require shop rental costs. This shows that MSMEs in the fashion sector have a very important role in Indonesian economy. This development is seen as a profitable opportunity for small entrepreneurs where you also don't want to miss out on making a profit through selling clothes with various models at people's prices but with maximum quality and models. MSME Boutique Berkah which has a place strategic to the community environment, precisely in the Mojorutut Village area RT.10 RW.05, Kec. Krembung, Sidoarjo, East Java. Presentation of information about online products can be presented through features internet that can be accessed anywhere and at any time. Application Based Product Marketing Information System The WEB for Boutique Businesses was created with the aim of making it easier for customers to choose models and carry out transactions remotely. By using tools in creating applications such as Data Flow Diagrams, Entity Relationship Diagrams, and Flowcharts to make it easier for researchers to design applications. This research was made using the Waterfall method and application database storage using MySQL as well black box method as a testing method. Results from designing an online sales system will make it easier for consumers to find out the latest product development information for MSMEs Blessing Boutique.*

Keywords - *Information Systems, Websites, Clothing, Boutiques, MSMEs, Applications.*

Abstrak. *Usaha butik berkah merupakan suatu usaha dalam bidang fashion, Pembeli bisa melakukan pemesanan melalui pemiliknya sesuai dengan model yang diinginkan. Produk pakaian wanita di toko online biasanya mempunyai harga yang lebih murah dari pada di toko offline. Dalam hal ini toko online tidak memerlukan biaya sewa toko. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM pada bidang fashion memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Perkembangan ini dilihat sebagai peluang menguntungkan bagi pengusaha kecil yang dimana juga tidak ingin dilewatkan untuk meraup keuntungan melalui penjualan pakaian dengan berbagai model yang harga rakyat namun dengan kualitas dan model yang maksimal. UMKM Butik Berkah yang memiliki tempat strategis dengan lingkungan masyarakat tepatnya pada wilayah Desa Mojorutut RT.10 RW.05, Kec. Krembung, Sidoarjo, Jawa Timur. Penyajian informasi tentang produk-produk online dapat disajikan melalui fitur-fitur internet yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Aplikasi Sistem Informasi Pemasaran Produk Berbasis WEB pada Usaha Butik dibuat dengan tujuan untuk mempermudah pelanggan dalam memilih model dan melakukan transaksi secara jarak jauh. Dengan menggunakan alat bantu dalam pembuatan aplikasi seperti Data Flow Diagram, Entity Relationship Diagram, dan Flowchart untuk mempermudah peneliti merancang aplikasi. Penelitian ini dibuat dengan metode Waterfall dan penyimpanan database Aplikasi menggunakan MySQL serta metode black box sebagai metode pengujian. Hasil dengan adanya perancangan sistem penjualan secara online akan mempermudah bagi konsumen untuk mengetahui informasi perkembangan produk yang terbaru pada UMKM Butik Berkah.*

Kata Kunci - *Sistem Informasi, Website, Pakaian, Butik, UMKM, Aplikasi.*

I. PENDAHULUAN

Sandang pada dasarnya ialah kebutuhan utama yg sangat diperlukan oleh manusia pada dunia, Hal itu dampak adanya efek berasal globalisasi yang berimplikasi di gaya berpakaian. Oleh karena itu, telah sebagai keharusan bagi suatu perusahaan atau pelaku usaha untuk melaksanakan promosi dengan taktik yg tepat agar bisa memenuhi sasaran yang efektif[1]. Bidang Fashion adalah salah satu UMKM penyumbang terbesar dalam perekonomian Indonesia. Hal ini bisa dicermati sesuai data Triawan Munaf yang menunjukkan bahwa penyumbang 18,15% dari ekonomi kreatif Indonesia di tahun 2017 adalah bidang fashion[2]. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM pada bidang fashion memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. bila UMKM dalam sektor fashion ini mengalami

penurunan, maka perekonomian negara juga akan mengalami penurunan[3]. Setiap menjalankan sebuah usaha atau bisnis tentunya pemasaran memiliki peran yang cukup strategis menentukan maju atau tidaknya sebuah bisnis.

Saat konsumen menyadari resiko pembelian yang mungkin dihadapi, maka hal itu dapat mempengaruhi keputusan konsumen di dalam melakukan pembelian, salah satunya seperti harga. Produk pakaian wanita di toko online mempunyai harga jual yang lebih murah dari pada di toko offline. dalam hal ini toko online tidak memerlukan biaya sewa toko[4]. Konsumen juga dipengaruhi orang-orang terdekat area Butik dalam mengambil keputusan pembelian. Psikologis dari konsumen secara tidak langsung berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan pembelian[5]. Penyajian informasi tentang produk-produk online sudah dapat disajikan secara lengkap melalui fitur-fitur internet yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Marketing mix adalah hal yang dilakukan oleh pengusaha untuk dapat menarik konsumennya salah satunya dengan cara dimana membutuhkan pengawasan dan perencanaan serta beberapa kegiatan yang konkret[6]. Kebutuhan tersebut dapat dilakukan pengusaha dengan cara melakukan beberapa kegiatan, diantaranya yaitu kegiatan pengenalan produk, penentuan harga jual, distribusi barang dan promos target area[7]. Oleh sebab itu peluang menguntungkan ini dapat disebut sebagai perkembangan yang dimana juga tidak ingin dilewatkan oleh UMKM atau pengusaha kecil pada usaha butik berkah untuk meraup keuntungan melalui penjualan berbagai model pakaian dengan harga rakyat namun dengan model dan kualitas yang bagus. Usaha butik berkah ini memiliki tempat yang strategis dengan lingkungan masyarakat tepatnya pada wilayah Desa Mojaruntut RT.10 RW.05, Kec. Krembung, Sidoarjo, Jawa Timur.

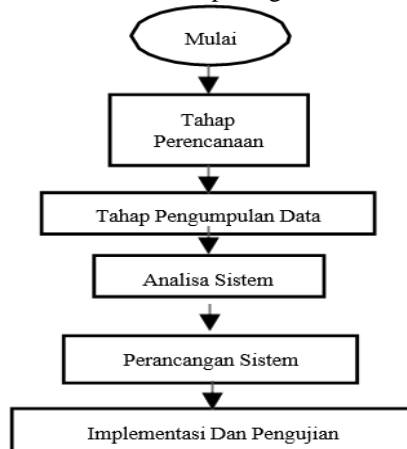
Website memberi pengaruh baik itu secara langsung maupun tidak langsung terhadap penjualan suatu produk. Dampak tersebut bisa dirasakan oleh masyarakat, pemerintah dan stakeholder yang ada sangkut paunya dalam suatu usaha masing-masing, dalam hal ini adalah internet kususnya website, manfaat dari pembangunan website ini yaitu pada usaha butik berkah dapat memberikan informasi – informasi yang berhubungan dengan penjualan pakaian kepada masyarakat secara efektif dan efisien dapat diakses dimana saja, kapan saja dan oleh siapa saja[8].

Beberapa penelitian menggunakan Aplikasi WEB untuk membantu memaksimalkan penjualan seperti yang dilakukan oleh Yessi Hartiwi dengan judul Analisis Dan Implementasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Scarlet Butik[9]. Kemudian penelitian lain juga menggunakan Aplikasi WEB sebagai media promosi seperti yang dilakukan oleh Aisyah Nafisah Azzahra, Lia Mazia, Eko Purwito dengan judul Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Berbasis Web Pada Butik Jannah Mall Thamrin City Jakarta[10]. Beberapa penelitian juga membahas tentang butik diantaranya Sistem Informasi Pemasaran Rani Butik Menggunakan Electronic Commerce Dengan Model Business To Consumer[11].

Berdasarkan Permasalahan tersebut maka dalam penelitian akan mengusulkan penelitian terkait “Sistem Informasi pemasaran produk berbasis web pada usaha butik berkah”. Website ini berisikan informasi mengenai pemasaran produk pakaian yang dapat memberikan kemudahan bagi user dalam mencari produk pakaian yang diinginkan seperti melihat dan memilih produk pakaian yang ingin dibeli kemudian setelah ada kecocokan bisa melakukan pemesanan yang masuk dalam menu pesanan dan melakukan transaksi pembayaran melalui sistem transfer e-money maupun cash on delivery[12].

II. METODE

Dalam proses penelitian ini dilakukan dengan observasi secara lansung untuk mendapatkan data di tempat butik berkah yang terletak pada wilayah Desa Mojaruntut RT.10 RW.05, Kec. Krembung, Sidoarjo dengan pemilik Umi Salamah. Untuk lebih jelasnya proses penelitian bisa dilihat pada gambar 1. Alur penelitian dibawah ini.



Gambar 1. Alur Penelitian

1.1 Perencanaan

Menetapkan problem yg akan dipecahkan, Hal ini melakukan identifikasi rumusan masalah untuk menemukan permasalahan seperti pemasaran produk pada butik yang masih mencari informasi dengan cara datang langsung ke tempat nya.

1.2 Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan proses observasi secara langsung dan juga melalui studi pustaka dengan mengumpulkan data dan informasi dari buku, *website* dan jurnal yang terkait dengan pokok bahasan penelitian ini.

1.3 Analisa Sistem

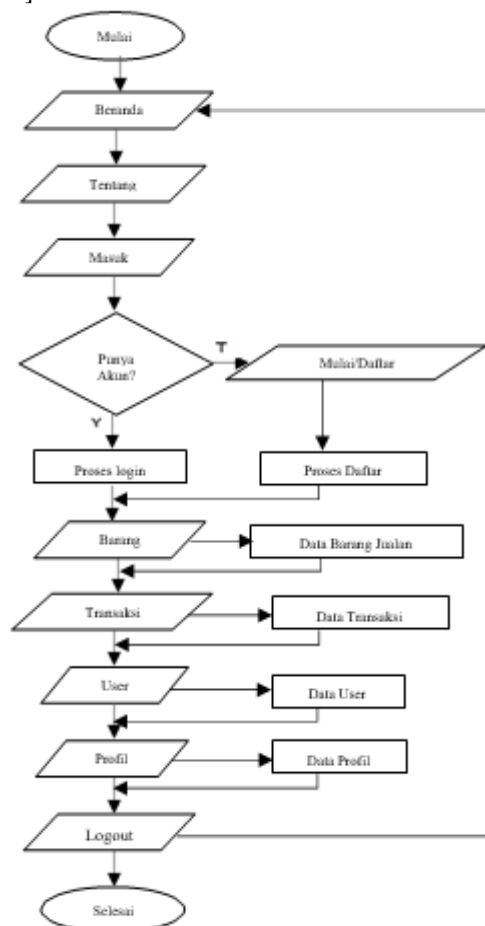
Pada tahap ini tahapan ini akan dilakukan Analisa kebutuhan sistem dan desain rancangan *interface* software pemasaran produk berbasis web pada usaha butik berkah. Analisa dilakukan dengan menggunakan metode waterfall.

1.4 Perancangan Sistem

Perancangan database dan *interface* pada tahap perancangan ini yaitu merancang database yang akan digunakan dengan menggunakan MySQL serta *interface* sistem yang akan dibangun nantinya[13].

a. Flowchart

Flowchart adalah bagan-bagan yang mempunyai arus yang menggambarkan Langkah-langkah penyelesaian suatu masalah. penggambaran secara grafik dari langkah-langkah dan urutan prosedur dari suatu program[14]. *Flowchart* menolong analis dan programmer untuk memecahkan masalah kedalam segmen-segmen yang lebih kecil dan menolong dalam menganalisis alternatif-alternatif lain dalam pengoperasian. Hal ini bisa dilihat pada gambar 2. *Flowchart* penelitian di bawah ini[15].

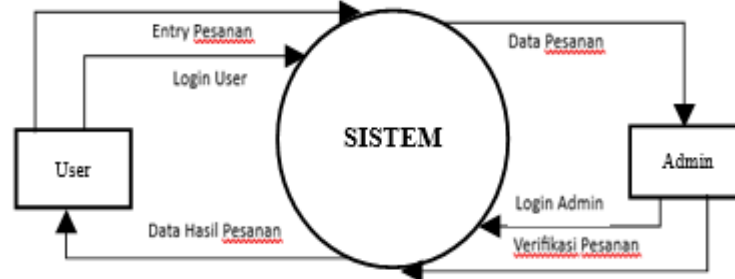


Gambar 2. Flowchart

Flowchart pada saat aplikasi dijalankan akan langsung menampilkan halaman Beranda kemudian ada menu Tentang terdapat profil pembuat, Kemudian sebelum mulai membeli produk daftar terlebih dahulu, jika sudah punya akun langsung masuk, setelah itu ada halaman barang terdapat tampilan barang produk yang di jual, setelah itu terdapat data transaksi dari user, kemudian terdapat menu user terdapat data pesanan user kemudian ada menu profil pembuat sistem kemudian bisa logout.

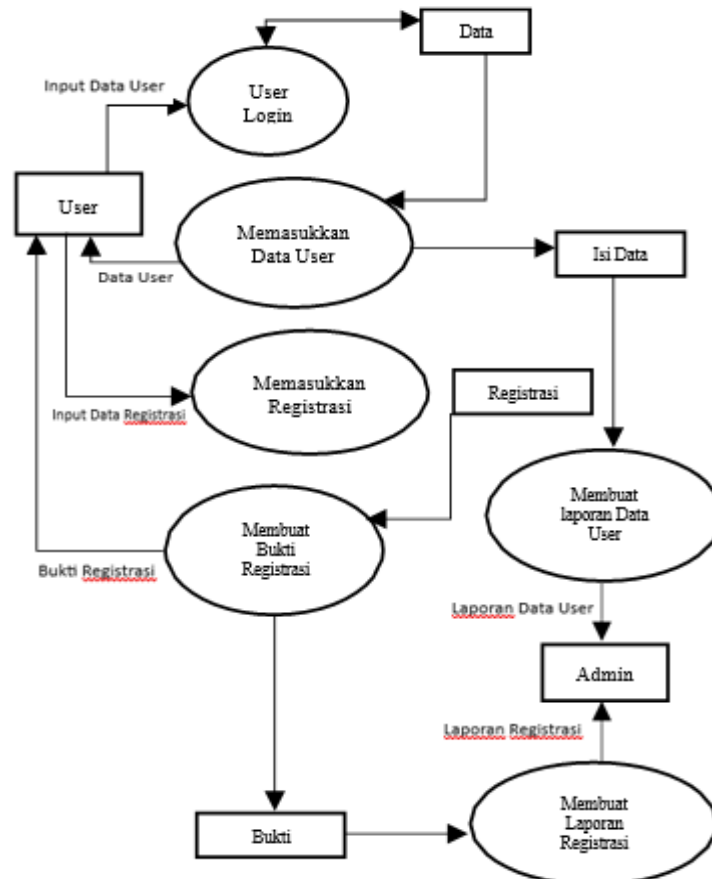
b. Data Flow Diagram

DFD sering digunakan untuk menggambarkan suatu sistem yang telah ada atau sistem baru yang akan dikembangkan secara logika tanpa mempertimbangkan lingkungan fisik dimana data tersebut mengalir atau lingkungan fisik dimana data tersebut disimpan. DFD menggambarkan arus data didalam sistem dengan terstruktur dan jelas. Hal ini bisa dilihat pada gambar 3. Data flow diagram di bawah ini[16].



Gambar 3. Data Flow Diagram

entitas *user* dapat memilih barang yang ingin dipesan dan melihat hasil pesanan, sedangkan entitas *admin* memiliki tugas untuk memberikan verifikasi pesanan dari *user*. Sedangkan untuk data flow diagram level 1 bisa dilihat pada gambar 4. Data flow diagram level 1 di bawah ini[17].

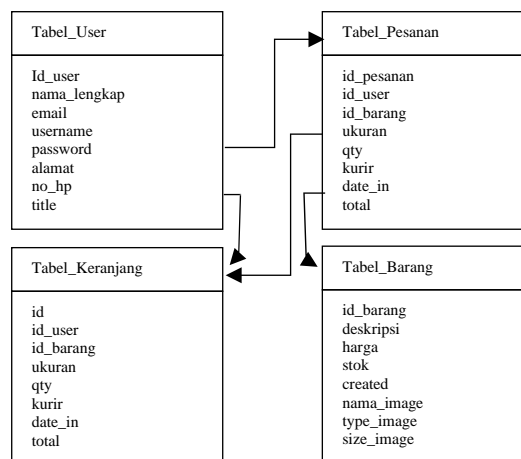


Gambar 4. Data Flow Diagram Level 1

terdapat beberapa proses yang menjelaskan bahwa sistem akan mendeteksi setiap pembelian yang telah dilakukan. Kemudian dengan bukti yang telah keluar maka akan membuat laporan pembelian pada Admin.

c. Entity Relationship Diagram

Entity Relationship Diagram (ERD) adalah suatu model jaringan yang menggunakan susunan data yang disimpan dalam sistem secara abstrak. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar 5. Entity relationship diagram di bawah ini[18].



Gambar 5. Entity Relationship Diagram

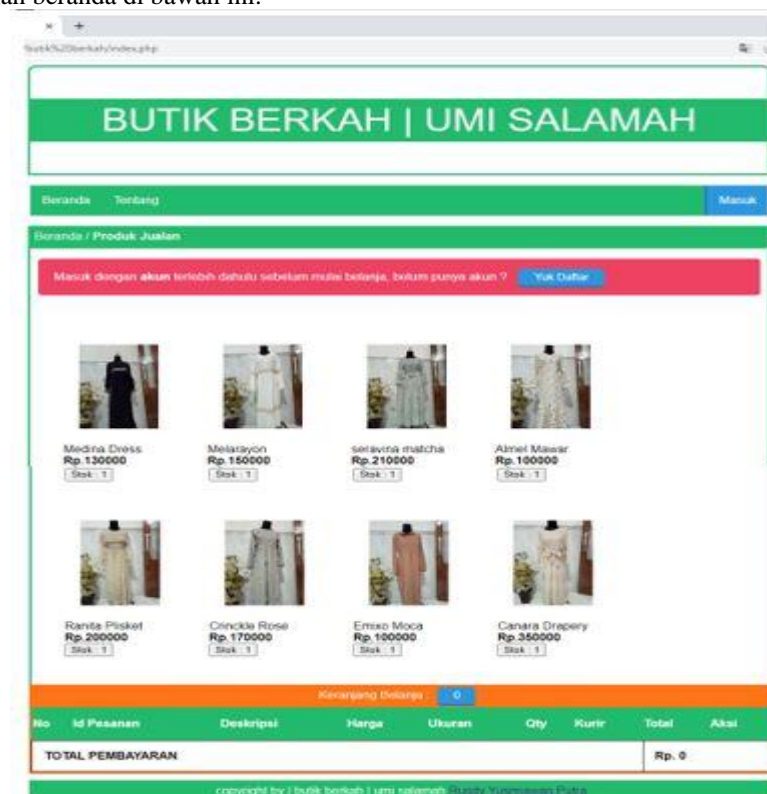
pada pembentukan ERD adalah memasukkan data entitas dan atribut serta menentukan relasi antar entitas. Relasi adalah hubungan antara suatu himpunan dengan himpunan entitas yang lainnya. Pada penggambaran diagram hubungan entitas, relasi adalah perekat yang menghubungkan suatu entitas dengan entitas lainnya. Relasi merupakan hubungan yang berarti antara suatu entitas dengan entitas lainnya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Rancangan Desain Tampilan User Interface

a. Tampilan Beranda

Pada Tampilan Beranda user bisa melihat produk yang dijual dalam aplikasi ini dan juga tampilan tentang terdapat deskripsi tentang profil pembuat aplikasi ini. User bisa melihat deskripsi profil pembuat aplikasi ini. Hal ini bisa dilihat pada gambar 6. Tampilan beranda di bawah ini.

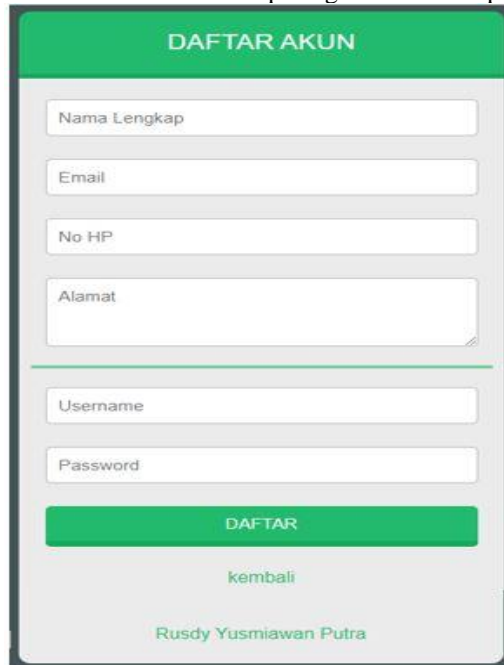


Gambar 6. Tampilan Beranda

Pada gambar 6 ini terdapat tampilan beranda, dimana user setelah masuk ke halaman website ini bisa melihat daftar produk pakaian yang di jual, mulai dari gambar produk, nama produk, harga dan stok.

b. Tampilan Daftar Akun atau Registrasi

Pada Tampilan Daftar Akun ini user harus registrasi terlebih dahulu sebelum masuk ke halaman beranda untuk melihat produk yang akan dibeli. Hal ini bisa dilihat pada gambar 7. Tampilan registrasi di bawah ini.

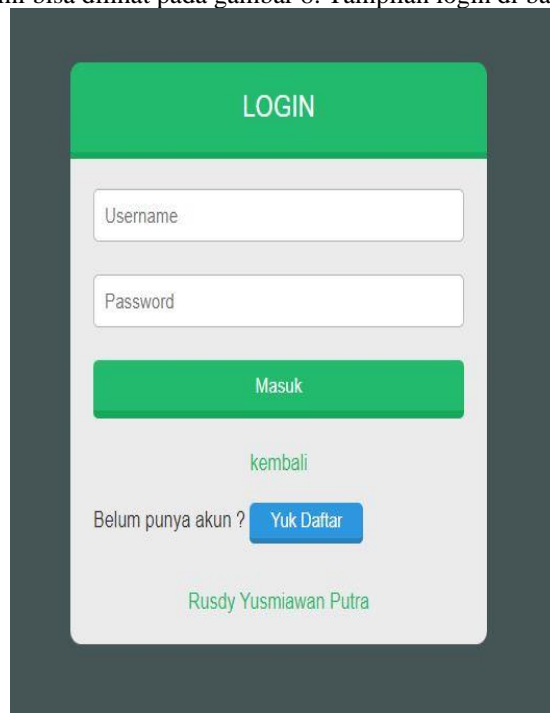


Gambar 7. Tampilan Registrasi

Pada gambar 7 terdapat tampilan daftar akun atau registrasi sebelum *user* melakukan pembelian, yaitu *user* harus memasukkan nama lengkap, email, no. HP, alamat, *username* dan *password*.

c. Tampilan Login

Pada Tampilan Login ini *user* jika sudah registrasi dan punya akun maka bisa langsung masuk dengan *username* dan *password*. Hal ini bisa dilihat pada gambar 8. Tampilan login di bawah ini.



Gambar 8. Tampilan Login

Pada gambar 8 ini terdapat tampilan login yaitu ketika user sudah melakukan daftar akun atau registrasi, maka user sudah mempunyai akun kemudian tinggal masuk ke halaman beranda dengan memasukkan username dan password untuk login.

d. Tampilan Beranda

Pada Tampilan Beranda ini user bisa melihat produk yang dijual dan membeli produk yang dijual. Hal ini bisa dilihat pada gambar 9. Tampilan beranda di bawah ini.



Gambar 9. Tampilan Beranda

Pada gambar 9 terdapat tampilan beranda yaitu user setelah bisa masuk ke halaman beranda terdapat daftar produk pakaian yang bisa dilihat seperti gambar produk, nama produk, harga produk dan melihat stok produk untuk kemudian dilakukan pembelian.

e. Tampilan Pesanan

Pada Tampilan Pesanan ini user bisa melihat deskripsi pesanan produk yang telah di pesan. Hal ini bisa dilihat pada gambar 10. Tampilan pesanan di bawah ini.

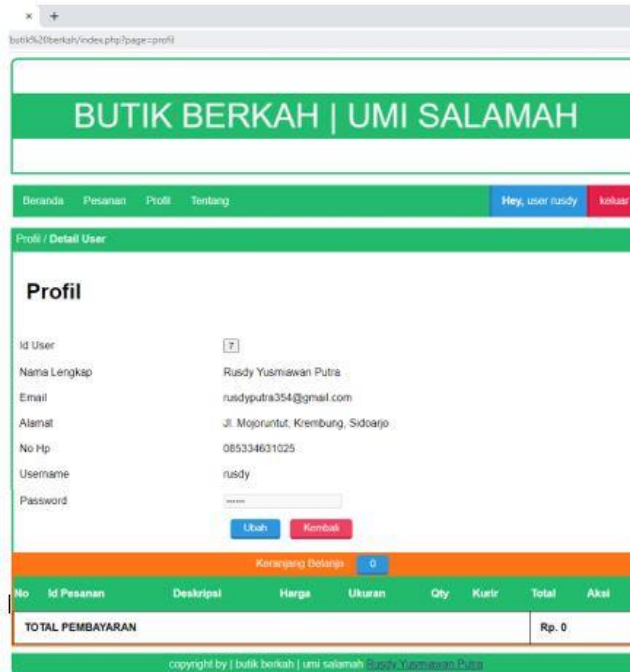


Gambar 10. Tampilan Pesanan

Pada gambar 10 terdapat tampilan pesanan yaitu jika user sudah melakukan pembelian produk kemudian produk tersebut masuk ke dalam tabel pesanan, terdapat rincian pesanan seperti id pesanan, nama barang atau produk, harga, ukuran produk, jumlah produk, jasa pengirim, tanggal masuk pembelian, total harga pesanan kemudian status pembelian.

f. Tampilan Profil

Pada Tampilan Profil ini user bisa melihat detail profil user pada saat registrasi sebelumnya. Hal ini bisa dilihat pada gambar 11. Tampilan profil di bawah ini.



Gambar 11. Tampilan Profil

Pada gambar 11 terdapat tampilan profil pembeli pada saat daftar akun atau registrasi, disini bisa dilihat daftar profil pembeli seperti id user, nama lengkap, email, alamat, nomor hp, username dan password.

g. Tampilan Tentang

Pada Tampilan Tentang ini user bisa melihat tentang atau profil pembuat sistem ini. Hal ini bisa dilihat pada gambar 12. Tampilan tentang di bawah ini.



Gambar 12. Tampilan Tentang

Pada gambar 12 terdapat tampilan tentang yaitu berisi tentang profil pembuat aplikasi ini seperti nama, nim, program studi dan alamat.

3.2 Implementasi Dan Pengujian

Tahapan pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjamin sistem yang dibuat sesuai dengan hasil analisis dan perancangan serta menghasilkan satu kesimpulan apakah sistem tersebut sesuai dengan yang diharapkan.

Pada penyelesaian penelitian ini, peneliti menekan informasi yang komplit memiliki tujuan yang akan menompang kesungguhan unsur eksplanasi dan analisis. Maka dari itu penelaah menjalankan eksperimen untuk mencapai fakta serta keterangan yang di perlukan. Untuk lebih jelasnya perhatikan tabel 1.1 pengujian black box di bawah ini.

Tabel 1. Pengujian Black Box

No.	Skenario Pengujian	Hasil yang diharapkan	Hasil
1.	Membuka menu Beranda	Menuju halaman Beranda	sesuai
2.	Membuka menu Tentang	Menuju halaman tentang/profil pembuat	sesuai
3.	Mencoba mulai Masuk	Jika sudah punya akun maka bisa langsung melihat produk yang dijual dengan login terlebih dahulu	sesuai
		Jika belum punya akun maka menuju halaman daftar akun	sesuai
4.	Membuka menu Beranda	Menuju halaman beranda maka bisa langsung melihat produk yang dijual dan beli barang	sesuai
5.	Membuka menu Pesanan	Menuju halaman detail daftar pesanan	sesuai
6.	Membuka menu Profil	Menuju halaman profil/detail <i>user</i>	sesuai
7.	Membuka menu Tentang	Menuju halaman tentang/profil pembuat	sesuai
8.	Tombol logout ditekan	Menuju ke halaman beranda dan login	sesuai

VII. SIMPULAN

Berdasarkan permasalahan pada penelitian ini maka akan menghasilkan sebuah sistem informasi pada usaha butik berkah yang memudahkan masyarakat dalam mencari informasi mengenai pakaian secara jarak jauh yaitu melalui website. Aplikasi Sistem Informasi Pemasaran Produk berbasis WEB pada Butik berkah mampu melakukan proses pemesanan pakaian serta pemilihan kurir untuk pengiriman produk. Dengan adanya perancangan sistem penjualan secara online akan mempermudah bagi konsumen untuk mengetahui informasi perkembangan dan pemesanan produk serta dapat mempeluas area jangkauan promosi. Promosi tidak hanya disekitar Butik Berkah, namun dapat menjangkau wilayah yang lebih luas. Aplikasi ini dapat mempermudah akses

informasi yang tidak lagi terbatas, user dapat mengakses informasi kapanpun dan dimanapun tanpa harus datang langsung ke Butik Berkah.

Dengan menggunakan sistem penjualan online tidak mengenal hari libur, dan hari besar, semua transaksi bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. Dengan adanya penerapan sistem informasi pemasaran produk berbasis web pada usaha butik berkah, maka informasi pemasaran yang dilakukan dari pihak butik kepada masyarakat akan lebih efektif dan efisien

UCAPAN TERIMA KASIH

puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tanpa halangan berarti. Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo atas dukungan dalam pengerjaan aplikasi ini dan tidak lupa Bapak dan Ibu Dosen telah membimbing dan memberikan ilmu selama kuliah. penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak penelitian ini tidak akan terwujud. oleh karena itu dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya.

REFERENSI

- [1] Azzahra, A. N., Mazia, L., & Purwito, E. (2018). Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Berbasis Web Pada Butik Jannah Mall Thamrin City Jakarta. *INTI Nusa Mandiri*, 13(1), 1–6.
- [2] Bayu Santoso, A., & Informasi, S. (2022). Rancang Bangun Media Pembelajaran Pemrograman Web Menggunakan Construct 2 Pada Tkj Smkn4 Bandar Lampung. *Teknologiterkini.Org*, 2(9), 2022–2023.
- [3] Fitriani, T. M. (2021). FST PSU Bekasi. *Jurnal Informatika SIMANTIK*, 6(1), 12–16.
- [4] Hartiwi, Y. (2017). Analisis Dan Implementasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Scarlet Butik. *Analisis Dan Implementasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Scarlet Butik*, 11(1), 752–766.
- [5] Hermiati, R., Asnawati, A., & Kanedi, I. (2021). Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan Database Mysql. *Jurnal Media Infotama*, 17(1), 54–66.
<https://doi.org/10.37676/jmi.v17i1.1317>
- [6] Intan Permata Sari, Sri Tria Siska, A. B. (2021). Perancangan Aplikasi Pelayanan Gangguan Tv Kabel Berbasis Web Dan Sms Gateway. *Jurnal Pusat Akses Kajian Teknologi Artificial Intelligence*, 1(1), 20–28.
- [7] Isnaini, P. L. (2019). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Butik Indah Jaya Ganting Wetan. *Ekonomi*, 1–22.
- [8] Kasmi, & Rani. (2004). Sistem Informasi Pemasaran Rani Butik Menggunakan Electronic Commerce Dengan Model Business to Customer. 1, 1–14.
- [9] Kurniawan, R., & Marhamelda, S. (2019). Sistem Pengolahan Data Peserta Didik Pada Lkp Prima Tama Komputer Dumai Dengan Menggunakan Bahasa Pemrograman Php. *INFORMATIKA*, 11(1), 37.
<https://doi.org/10.36723/juri.v11i1.140>
- [10] Mubarak, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73–92.
<http://www.pekerjadata.com/2013/11/html>
- [11] Muhammad, F., Djumati, K., Hasan, S., & Lombo, D. (2019). SISTEM INFORMASI AKUNTANSI POTONGAN PAJAK PPh 21 MENGGUNAKAN VISUAL STUDIO PADA PT. YUSHINDO YASA PERKASA TERNATE. *IJIS - Indonesian Journal On Information System*, 4(2), 67.
<https://doi.org/10.36549/ijis.v4i2.59>
- [12] Muliati, M., & Santoso, F. R. (2021). Analisis Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Jumlah Penjualan Produk Pakaian di Toko Stand Ratih New Makassar Mall Kota Makassar. *Journal of Management*, 3(3), 218–222.
<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.565>
- [13] Novendri. (2019). Pengertian Web. *Lentera Dumai*, 10(2), 46–57.
- [14] Rahmawati, N. A., & Bachtiar, A. C. (2018). Analisis dan perancangan sistem informasi perpustakaan sekolah berdasarkan kebutuhan sistem. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 14(1), 76.
<https://doi.org/10.22146/bip.28943>
- [15] Tjahjono, A., Semuel, P. H., Karina, R., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2018). Analisa Marketing Mix , Lingkungan Sosial , Psikologi Online Pakaian Wanita. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–9.
- [16] V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, & J.G.S.Souza. (2022). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.

- [17] 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*, 15(3), 26–40.
<https://doi.org/10.35969/interkom.v15i3.74>
- [18] Winanjar, J., & Susanti, D. (2021). Rancangan Bangunan Sistem Informasi Administrasi desa Berbasis web menggunakan PHP dan MySQL. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*, 97–105.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.