

# Perancangan Website Media Promosi Produk Gerabah Menggunakan Metode Waterfall

## *Designing a Promotional Media Website for Pottery Products Using the Waterfall Method*

Miftahul Madani<sup>1\*</sup>, Haryono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Bumigora, Mataram, Indonesia

madani@universitasbumigora.ac.id<sup>1\*</sup>, haryono@universitasbumigora.ac.id<sup>2</sup>

### Informasi Artikel:

Diterima: 08 September 2023, Direvisi: 27 Desember 2023, Disetujui: 30 Desember 2023

---

#### Abstrak-

**Latar Belakang:** Desa Penujak salah satu Desa wisata gerabah tertua yang berhasil menyediakan produksi gerabah untuk sasaran kolektor manca negara. Setelah terjadi peristiwa bom Bali, gerabah Penujak mengalami penurunan yang dapat memicu penurunan dari beberapa faktor lain salah satunya dalam perkembangan promosi. Promosi yang digunakan oleh masyarakat Penujak masih menggunakan promosi tradisional seperti promosi dari mulut ke mulut.

**Tujuan:** Tujuan penelitian ini pembuatan *website* untuk membantu mempromosikan produk gerabah yang ada pada Desa penujak.

**Metode:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengembangan *system waterfall*.

**Hasil:** Penelitian menghasilkan website promosi nilai interval 29, 1 berada pada > 26, 6 31, 2 yang dapat dikategorikan 4 = Setuju.

**Kesimpulan:** Media promosi gerabah pada Desa wisata penujak layak digunakan sebagai media promosi. Pengujian yang dilakukan terhadap media promosi dengan menggunakan teori *usability* dengan tujuh pertanyaan terpenuhi.

**Kata Kunci:** Perancangan, Website, Produk, Waterfall, Gerabah

---

#### Abstract-

**Background:** Penujak Village is one of the oldest pottery tourism villages that has succeeded in providing pottery production for foreign collectors. After the Bali bombing incident, Penujak pottery experienced a decline, which could trigger several other factors, including the development of promotions. Promotions used by the Penujak community still use traditional word-of-mouth promotions.

**Objective:** This research aims to create a website to help promote pottery products in Penujak Village.

**Methods:** This research uses a qualitative approach with the waterfall system development method.

**Result:** The research produced website promotion interval values of 29, 1 being > 26, 6 31, 2 which can be categorized as 4 = Agree.

**Conclusion:** Pottery promotional media in the Penujak tourist village is suitable for use as promotional media. Tests were carried out on promotional media using usability theory with seven questions fulfilled.

**Keywords:** Planning, Website, Product, Waterfalls, Pottery

---

#### Penulis Korespondensi:

Miftahul Madani,

Program Studi Teknologi Informasi, Universitas Bumigora, Mataram, Indonesia

Email: madani@universitasbumigora.ac.id

---

### 1. PENDAHULUAN

Desa Penujak, sebuah kawasan yang kaya akan seni dan budaya, terkenal dengan produksi gerabahnya yang memukau [1]. Produk gerabah dari Desa Penujak memiliki ciri khas tersendiri, mencerminkan keindahan tradisional yang telah diwariskan dari generasi ke generasi [2]. Meskipun memiliki kualitas produk yang tinggi, promosi produk gerabah dari Desa Penujak masih terbatas, terutama di era digital ini.

Dalam era modern, pemasaran produk melalui media digital menjadi sebuah keharusan untuk meningkatkan daya saing dan mendapatkan perhatian dari pasar yang lebih luas [3]. Salah satu media digital yang dapat digunakan adalah website [4]. Website merupakan salah satu media digital yang sangat efektif dalam pemasaran produk dan layanan. Hal ini dikarenakan website kemudahan dalam akses dan juga jangkauan yang luas [5].

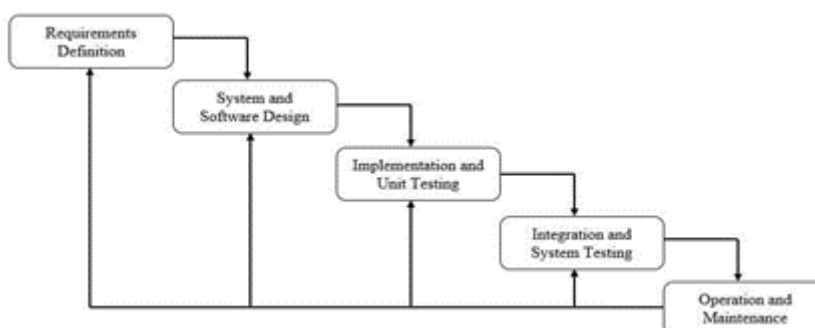
Dalam pengembangan website terdapat beberapa model pengembangan system yang dapat digunakan diantaranya adalah waterfall [6], prototype [7], rad model [8], agile [9] dan lain lain. namun model yang sering digunakan adalah model waterfall. Metode Waterfall menawarkan pendekatan yang terstruktur dan berurutan, memungkinkan pengembang untuk fokus pada setiap tahap pengembangan dengan seksama, dari perencanaan hingga implementasi [10].

Pada penelitian ini menawarkan Solusi terkait dengan permasalahan promosi yang dihadapi di desa penujak berupa pengembangan sebuah media promosi berbasis web yang dikembangkan dengan model waterfall yang mana media promosi berbasis web tersebut dapat membantu promosi gerabah di desa penujak. **Terdapat beberapa penelitian terkait** dengan Solusi yang ditawarkan peneliti seperti penelitian oleh Rivanthio dan Asye yang mengembangkan sebuah media promosi berbasis web untuk digitalisasi promosi FRST Architecture Lab. Model pengembangan system yang digunakan pada penlitian ini adalah waterfall [11]. Penelitian lainnya dilakukan Renaldi dkk yang mengembangkan sebuah website untuk memperluas jangkauan promosi Sepatu produk local [12] dan terdapat juga penelitian lainnya seperti penelitian [13, 14] dan [15]. **Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan yang sudah** adalah penelitian ini berfokus pada pengembangan media promosi untuk gerabah di desa penujak berbasis web dengan model pengembangan system waterfall. **Tujuan** dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan sebuah media promosi gerabah desa penujak berbasis web dengan model pengembangan system yang terstruktur atau waterfall.

### 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan teori *waterfall*, peneliti telah melakukan pengumpulan informasi dengan menggunakan metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan informasi dengan menggunakan wawancara, peneliti mendapatkan informasi terkait kebutuhan media promosi untuk mempromosikan produk kerajinan.

Model *waterfall* dengan tahapan pada diagram berikut.



Gambar 1. Model *waterfall* hasil *screenshots*

Pada Gambar 1, Metode Waterfall terdapat 5 tahapan yang ada pada metode *waterfall* yang akan digunakan untuk merancaang website di antaranya:

### 2.1. Requirements Definition

Pada tahapan ini dilakukan penentuan kebutuhan, adapun penentuan kebutuhan dilakukan dengan beberapa sub-tahapan yaitu:

a. Pengumpulan Data

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari data Obserfasi, data wawancara, data studi pustaka. Hasil pengumpulan data didapatkan bahwa produksi gerabah baik produksi rumahtangga maupun produksi di beberapa arshop masih kurang, karena masih bergantung pada orderan yang ada. Sedangkan orderan yang diterima oleh masyarakat juga masih bergantung pada pasar-pasar yang ada di luar lombok seperti Bali maupun Jogja. Kondisi tersebut terjadi kurangnya upaya promosi yang dilakukan. Tidak adanya media promosi digital yang dimiliki, sehingga promosi masih mengandalkan dengan cara promosi tradisional, dari orang ke orang.

b. Analisis Kebutuhan Sistem

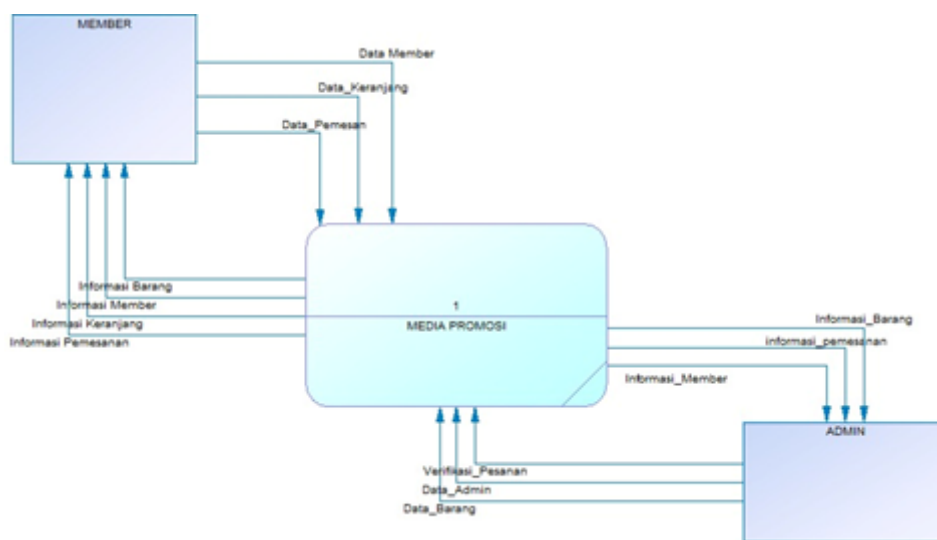
Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dibutuhkan sebuah system atau media promosi digital yang membantu menyebarkan produk gerabah dari desa Penujak. Sistem tersebut diharapkan mampu menjangkau pemasaran yang lebih luas, hinga pemasaran internasional. Sistem ini terdiri dari proses promosi dan penjualan produk gerabah di desa Penujak. Untuk mendukung system tersebut dibutuhkan Website yang menarik dan mudah dipahami, database serta fitur pendukung lainnya.

### 2.2. System and Software Design

Pada tahapan *System and Software Design*, peneliti berfokus pada proses perancangan sistem dan perangkat lunak, khususnya dalam konteks pembuatan website. Dalam tahapan ini, beberapa aspek penting dari perancangan website dibahas, termasuk pembuatan *Data Flow Diagram* (DFD) untuk menggambarkan aliran data dalam sistem, desain database yang akan digunakan untuk menyimpan dan mengelola informasi, serta perancangan antarmuka pengguna yang akan memastikan pengalaman pengguna yang baik. Adapun hasil rancangan antar lain:

a. *Data Flow Diagram* (DFD)

DFD digunakan untuk menggambarkan alur kerja dari media promosi. DFD merupakan referensi grafik yang menggambarkan aliran informasi dan transformasi informasi yang diimplementasikan sebagai data yang mengatur dari masukan dan keluaran. Berikut DFD Level 0 dapat dilihat pada Gambar 2. Diagram Konteks Level 0.



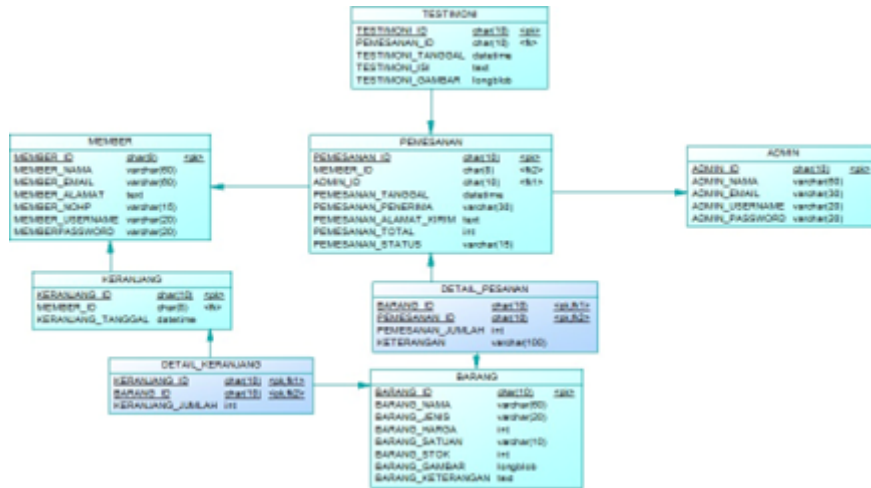
Gambar 2. Diagram Konteks Level 0 hasil *screenshots*

Pada diagram konteks pada Gambar 2. Diagram Konteks Level 0, terdapat dua entitas dari satuan luar sistem yang saling berinteraksi. Yang pertama adalah admin yang akan masuk ke dalam sistem

kemudian akan menginputkan data admin dan data barang. Kemudian mengolah data pemesanan member dan memperoleh beberapa informasi. Entitas yang kedua adalah member yang akan melakukan proses mendaftarkan diri menjadi member atau jika sebelumnya telah terdaftar sebagai member maka diharuskan untuk masuk terlebih dahulu sebelum memesan barang, menerima barang dan mendapatkan informasi terkait dengan *website* yaitu tentang barang, profil cara pesan dan kontak.

b. Desain Relasi Database

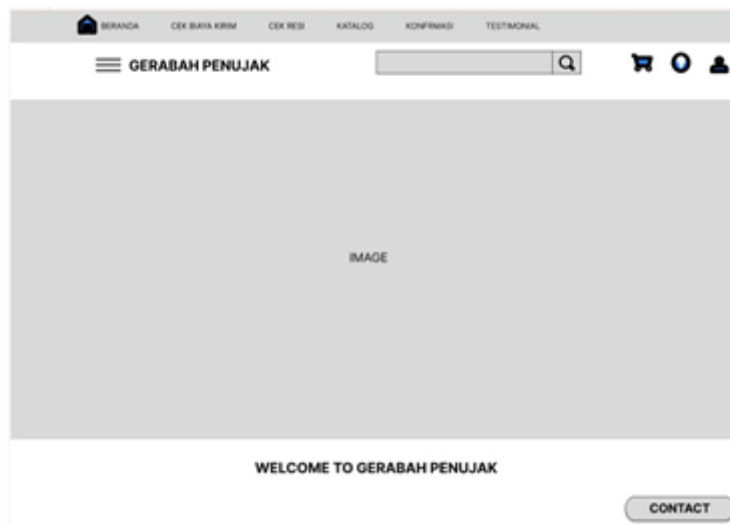
Basis data merupakan kumpulan dari data yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya, tersimpan diperangkat keras komputer dan digunakan pada perangkat lunak untuk memanipulasinya. Berikut perancangan relasi database pada media promosi desa wisata gerabah penujuk pada Gambar 3.



Gambar 3. Desain Relasi Database hasil *screenshots*

c. Desain Antarmuka Sistem

Desain antarmuka, atau sering disebut juga sebagai UI (User Interface) design, merujuk pada proses menciptakan tampilan visual dari suatu produk atau sistem yang memungkinkan pengguna dalam menggunakan atau berinteraksi dengan mudah dan efisien. Desain antarmukan ini juga membantu para pengguna dalam memahami konteks yang disajikan, khususnya dalam promosi produk gerabah desa Penujak. Adapun salah rancangan antarmuka dari website ini dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Desain Antarmuka Sistem

### 2.3. *Impementation and Unit Testing*

Pada tahapan ini akan dilakukan implentasi hasil rancangan yang telah dibuat mejadi sebuah system yang dapat digunakan sebagai media promosi dan penjualan secara digital. Proses pengujian ini dilakukan satu persatu pada setiap fitur atau unit yang telah dikembangkan.

### 2.4. *Integration and System Testing*

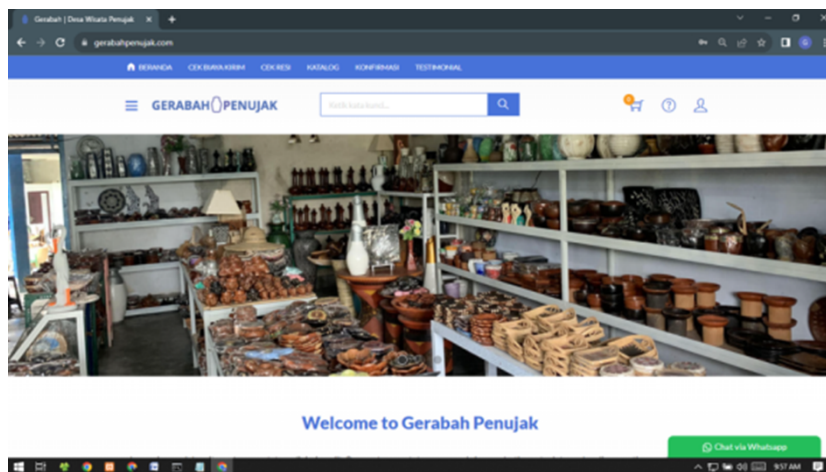
Pada tahapan ini akan dilakukukan integrasi dari masing-masing unit menjadi system yang utuh, dan kemudian keseluruhan *system* akan diuji oleh beberapa responden. Pengujian ini juga dilakukan untuk mengukur ketercapaian dan kesesuaian solusi yang ditawarkan dari masalah yang ada.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Hasil Implementasi dan Unit Testing

#### 3.1.1. Hasil Implementasi Antarmuka Media Promosi

Pada perancangan halaman utama dari media promosi yang dibangun menampilkan gambar gerabah unggulan, produk gerabah terbaru, testimonial dan artikel blog yang membahas tentang gerabah.



Gambar 5. Halaman Utama

Pada halaman utama yang terdapat pada Gambar 5 merupakan tampilan awal website gerabah desa wisata penujak yang menampilkan gambar slider produk gerabah unggulan yang menampilkan gambar secara bergantian, menampilkan produk terbaru dari gerabah, menampilkan halaman testimoni dari pengguna dan menampilkan halaman artikel blog yang berkaitan dengan gerabah.

#### 3.1.2. Unit Testing

Pembuatan perangkat lunak dibagi menjadi modul-modul kecil yang nantinya akan digabungkan dalam tahap berikutnya. Disamping itu, pada fase ini juga dilakukan pengujian dan pemeriksaan terhadap fungsionalitas modul yang sudah dibuat.

Dalam pengujian unit menggunakan *blackbox testing* merupakan metode pengujian perangkat lunak yang dilakukan tanpa memperhatikan struktur internal atau kode program dari perangkat lunak yang diuji. Dalam *blackbox testing*, fokus utama adalah menguji fungsionalitas eksternal perangkat lunak, yaitu bagaimana perangkat lunak berinteraksi dengan input yang diberikan dan menghasilkan output yang diharapkan.

##### a. Pengujian Fungsi Upload konten promosi dan Produk

Pada pengujian ini yaitu menguji fungsi upload konten promosi dan produk pada website yang telah dikembangkan. Hasil pengujian fungsi upload konten promosi dan produk dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pengujian Fungsi Upload konten promosi

No	Skenario Pengujian	Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1	Upload Konten Promosi	Melakukan Upload Konten Promosi	Konten Promosi dapat di simpan pada database, dan dapat ditampilkan.	Sesuai harapan	Valid
2	Edit dan Hapus Konten	Melakukan Edit konten dan kemudian hapus konten	Tombol Edit di tekan, maka akan menampilkan halaman form inputan konten lengkap dengan isinya, serta Ketika dissave, perubahan konten dapat disimpan pada database. Tombol Hapus pada konten yang pilih ditekan, maka akan menghapus konten dari database.	Sesuai harapan	Valid

b. Pengujian Transaksi

Pada pengujian halaman login yang dapat dilihat pada Tabel 2. Hasil Pengujian Halaman Daftar yang melakukan pengujian terhadap penginputan nama, email, password, kode keamanan dan fungsi tombol daftar dengan kriteria yang terdiri dari skenario pengujian, pengujian, hasil yang diharapkan, hasil pengujian dan kesimpulan.

Tabel 2. Hasil Transaksi

No	Skenario Pengujian	Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1	Pemesanan Produk	Melakukan pemesanan produk dengan melakukan klik tombol pesan.	Ketika tombol pesan diklik, maka akan diarahkan pada proses pemasuikan dalam keranjang, dan data disimpan sementara.	Sesuai harapan	Valid
2	Verifikasi Pesanan	Melakukan verifikasi produk dengan melakukan klik tombol verifikasi pada halaman admin.	Ketika tombol verifikasi diklik, maka data transaksi akan disimpan pada database.	Sesuai harapan	Valid

3.2. Integration and System Testing

Integrasi dan pengujian sistem digunakan untuk menguji apakah sistem yang dibangun dapat membantu menyelesaikan permasalahan dan dapat diterima oleh masyarakat pengrajin gerabah pada desa wisata penujak. Pengujian dilakukan menggunakan kuesioner dengan menggunakan teori usability dengan lima kriteria yaitu *Efficiency, Satisfaction, Learnability, Memorability* dan *Errors*. Jumlah pengguna sebanyak 39 orang. Sebelum pengujian sistem peneliti memberikan dan menjelaskan kepada pengguna sehingga pengguna dapat memahami media promosi gerabah yang menggunakan website, kemudian pengguna diberikan alamat *webiste* yang telah dibangun dan bisa diakses oleh komputer ataupun smartphone yang terkoneksi dengan internet. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Pengujian Sistem

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	ST
1	Apakah media promosi website ini mudah di gunakan?	0	0	6	16	17
2	Apakah menu pada media promosi website ini mudah di-mengerti?	1	0	6	21	11
3	Apakah media promosi website ini menarik?	0	0	4	22	13
4	Apakah media promosi website ini dapat dengan mudah diingat kembali cara penggunaannya?	0	0	6	21	12
5	Apakah media promosi website ini tidak mempunyai kesalahan saat digunakan?	0	1	12	17	9
6	Apakah media promosi website ini dapat memberikan kepuasan?	0	0	4	23	12
7	Apakah Anda merasa senang menggunakan media promosi website?	0	0	5	17	17

Keterangan:

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- N : Netral
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

Dari hasil pengujian media promosi gerabah desa wisata penujuk sebagaimana yang terlihat pada Tabel 3. Pengujian Sistem, selanjutnya menghitung jarak interval kelas dengan tujuh pertanyaan dengan menggunakan pendekatan skala likert yang dilakukan dengan cara sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Skor Tertinggi} &= \text{Poin Tertinggi} \times \text{Jumlah Pertanyaan} \\
 \text{a.} \quad &= 5 \times 7 \\
 &= 35 \\
 \text{Skor Terendah} &= \text{Poin Terendah} \times \text{Jumlah Pertanyaan} \\
 \text{b.} \quad &= 1 \times 7 \\
 &= 7 \\
 \text{Jarak} &= \text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah} \\
 \text{c.} \quad &= 35 - 7 \\
 &= 28 \\
 \text{Interval} &= \text{Jarak} / \text{Jumlah Kategori} \\
 \text{d.} \quad &= 28 / 5 \\
 &= 5.6
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan jarak interval yang diperoleh dari tujuh pertanyaan, maka terhadap 39 responden dikelompokkan dalam beberapa kategori skor pada Tabel 4. Jarak Interval Skor, pencapaian skor nomor 1 dengan nilai 7 sampai 112, 6 memiliki kategori skor = (1) Sangat Tidak Setuju, yang di dapatkan dari jumlah butir pertanyaan dijumlahkan dengan nilai interval 5,6. Pencapaian skor nomor 2 dengan nilai >12,6 sampai 19,1 memiliki kategori skor = (2) Tidak Setuju, yang didapatkan dari penjumlahan nilai pencapaian skor pertama dijumlahkan dengan nilai interval 5,6 dan seterusnya.

Tabel 4. Kinerja sistem

No	Interval Skor	Kategori Skor
1	7-12,6	1 Sangat Tidak Setuju (STS)
2	>12,6-19,1	2 Tidak Setuju (ST)
3	>19,1-25,6	3 Netral (N)
4	>26,6-31,2	4 Setuju (S)
5	>31,2-36,8	5 Sangat Setuju (ST)

Selanjutnya menghitung jawaban responden dari tujuh butir pertanyaan yang didapatkan dari penyebaran kuesioner yang terdapat pada Tabel 4.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Jawaban Responden

Responden	Pertanyaan						
	1	2	3	4	5	6	7
1	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	5	4	3	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	4	5
7	5	4	5	5	3	4	4
8	5	5	5	5	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	5
10	5	5	5	5	4	4	4

Responden	Pertanyaan						
	1	2	3	4	5	6	7
11	5	5	5	5	5	5	5
12	3	4	3	4	3	3	4
13	3	1	4	3	3	5	5
14	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	3	4	5
17	5	4	4	3	4	4	4
18	5	5	5	5	5	5	5
19	5	4	4	4	2	5	4
20	3	3	4	3	3	3	3
21	5	5	5	4	4	4	5
22	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4
26	5	3	4	3	3	4	3
27	5	5	5	5	5	5	5
28	3	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4
30	4	5	4	5	5	4	5
31	5	4	4	4	4	5	5
32	5	4	5	4	3	5	5
33	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	5	3	5	4
35	5	5	4	5	3	4	5
36	4	3	3	3	3	3	3
37	4	3	5	4	5	4	5
38	3	3	3	3	3	3	3
39	3	3	3	4	4	4	3
<b>Sub Total</b>	<b>167</b>	<b>158</b>	<b>165</b>	<b>162</b>	<b>151</b>	<b>164</b>	<b>168</b>
<b>Total</b>	<b>1135</b>						

Total perhitungan jumlah jawaban dari hasil pengujian yang terdapat pada Tabel 5:

$$= \text{Total Jawaban} / \text{Jumlah Responden}$$

$$= 1135 / 39 = 29,1$$

Maka merujuk pada Tabel 4. Jarak Interval Skor dengan nilai interval 29,1 berada pada > 26,6–31,2 yang dapat dikategorikan 4 = Setuju. Dengan ini dapat dikatakan bahwa pengujian yang dilakukan terhadap media promosi dengan menggunakan teori usability dengan tujuh pertanyaan terpenuhi menjadi syarat untuk menjadikan media promosi gerabah pada desa wisata penujuk ini layak untuk digunakan sebagai media promosi. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan maka penelitian ini meneguhkan penelitian sebelumnya [11, 12] yaitu penggunaan website dapat dijadikan sebagai media promosi yang efektif.

### 3.3. Operation and Maintenance

Tahapan metode *waterfall* yang terakhir yaitu tahapan pemeliharaan media promosi secara berkala untuk menjaga fungsional software dan menangani masalah yang dilaporkan oleh pengguna, pemeliharaan dapat berupa penanganan bug yang ditemui saat baru diluncurkan karena laporan pengguna.

## 4. KESIMPULAN

Media promosi gerabah berbasis website dengan metode *waterfall* berhasil dibangun. Pembuatan media promosi ini dilakukan dengan menggunakan metode Waterfall yang terdiri dari requirement definition, system and software design, implantation and unit testing, integration and system testing, dan Operation and maintenance. Site ini terdiri dari media promosi dan pemasaran gerabah desa Penujuk. Hasil pengujian unit testing berfungsi sebagaimana yang diharapkan, sedangkan pengujian keseluruhan system dilakukan menggunakan teori usability dengan mengacu pada kriteria *efficiency, satisfaction, learnability, memorability* dan *errors* yang di turunkan menjadi tujuh pertanyaan dengan 39 responden menghasilkan nilai 29,1 berada pada > 26,6–31,2 yang dapat dikategorikan 4 = Setuju, dengan ini dapat dikatakan bahwa pengujian yang dilakukan terhadap



media promosi dengan menggunakan teori usability dengan tujuh pertanyaan terpenuhi menjadi syarat untuk menjadikan media promosi gerabah pada desa wisata penujuk ini layak untuk digunakan sebagai media promosi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku tim peneliti dosen pemula mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Bumigora yang telah mendukung tim kami untuk melakukan penelitian sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Tak lupa pula ucapan terima kasih pada pihak lain yang membantu memberikan kontribusi banyak baik moril maupun moral yang mendukung keberhasilan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Arfa, B. A. Pamungkas, and H. Haryono, "Revitalisasi Motif Gerabah Penujuk Melalui Kegiatan Lomba Mewarnai Gerabah Dengan Pendekatan Partisipatif," *DESKOVI : Art and Design Journal*, vol. 6, no. 1, 2023.
- [2] L. Agustina, D. Iswanto, and S. Selva, "Analisis Strategi Pemasaran Yang Digunakan oleh Industri Kerajinan Gerabah Guna Meningkatkan Kesejahteraan (Studi Kasus, di Desa Penujuk, Kecamatan Praya Barat, Kabupaten Lombok Tengah)," *JOURNAL of APPLIED BUSINESS and BANKING (JABB)*, vol. 4, no. 1, 2023.
- [3] D. F. Hadi and K. Zakiah, "Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi.Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi," *Competitive*, vol. 16, no. 1, 2021.
- [4] A. T. Zy, N. D. M. Muhammad, E. Edora, A. S. Rakhmat, and M. H. Fahamsyah, "Implementasi Media Promosi dan Informasi Pada SMP Insan Kamil Cikarang Berbasis Website," *Lentera Pengabdian*, vol. 1, no. 01, 2023.
- [5] D. Saro and Fandi, "Perancangan Media Promosi Berbasis Web Pada Rendi Barbershop," *Engineering And Technology International Journal (EATIJ)*, vol. 3, no. 1, 2021.
- [6] H. Juliansa and A. Ahmadi, "Rancang Bangun Aplikasi E-Marketplace Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Sebagai Media Promosi," *Jurnal Ilmiah Binary STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuklinggau*, vol. 4, no. 2, 2022.
- [7] R. Djafar, J. Noh, and A. Ibrahim, "Media Promosi dan Penjualan Ikan Tuna Loin Pada PT. UD Raul Berbasis Web (Studi Kasus: PT. UD Raul)," *Jurnal Ilmiah ILKOMINFO - Ilmu Komputer & Informatika*, vol. 4, no. 1, 2021.
- [8] E. Yanuarti, P. Romadiana, and K. Kiswanto, "Model Web E-Commerce Guna Memperluas Pemasaran Produk Furniture," *Jurnal SITECH : Sistem Informasi dan Teknologi*, vol. 4, no. 2, 2022.
- [9] D. Sweetania and M. S. Herawati, "Analisis Cara Kerja Framework Laravel untuk Perancangan E-Commerce Toko Online Hello Kitchen Dengan Metode DSDM (Dynamic Systems Development Method)," *Jurnal Teknik dan Science*, vol. 1, no. 2, 2022.
- [10] C. Ningki and N. P, "Implementasi Aplikasi Penjualan Produk Tradisional Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall," *Informatik : Jurnal Ilmu Komputer*, vol. 19, no. 2, 2023.
- [11] T. R. Rivanthio and Asye Rachmawaty, "Digitalisasi Promosi FRST Architecture Lab berbasis Website," *TEMATIK*, vol. 9, no. 2, 2023.
- [12] R. Prasetya, M. Orisa, and N. Vendyansyah, "Implementasi Sistem Informasi Pemasaran Produk Sepatu Lokal Handmade Berbasis Web," *Jurnal Informatika Teknologi dan Sains (Jinteks)*, vol. 5, no. 3, 2023.

- [13] M. K. Huluq, C. Taurusta, and N. Ariyanti, "Reservasi Goes Digital: Solusi Pemesanan Villa Berbasis Web," *Jurnal Ilmiah Komputasi*, vol. 22, no. 2, 2023.
- [14] T. Nurhaliza and H. Mulyono, "Sistem Informasi Promosi Berbasis Web Pada CV. Indoestri Supply," *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, vol. 8, no. 1, 2023.
- [15] A. Supriatman, R. Hartono, F. N. P. Zaeni, and H. Ardiansyah, "Rancang Bangun Aplikasi Virtual Ethno-Tourism Berbasis Web dengan Metode MDLC (Studi Kasus Kampung Naga Kab. Tasikmalaya)," *JTIK (Jurnal Teknik Informatika Kaputama)*, vol. 7, no. 1, 2023.