

Perancangan *Company Profile* Berbasis Website Pada Toko Sanjaya

Suwarno¹, Felix King Lie²

Universitas Internasional Batam

e-mail: suwarno.liang@uib.ac.id¹, 2031181.felix@uib.edu²

Abstrak

Toko Sanjaya adalah toko yang menjual produk-produk kebutuhan sehari-hari dimulai dari menjual makanan berat dan ringan, minuman, alat tulis, dan lain sebagainya. Toko Sanjaya masih melakukan penjualan secara *offline*, yang artinya masih melalui proses tatap muka dimana para pelanggannya perlu mengunjungi tokonya untuk mengetahui produk yang dijualnya. Dengan berkembangnya teknologi secara pesat, pelaku usaha seperti Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pun harus ikut serta dalam memanfaatkan teknologi yang ada. Agar dapat bersaing dengan usaha-usaha lainnya dan tidak tertinggal, penulis merasa bahwa salah satu gagasan bagi Toko Sanjaya dalam memanfaatkan teknologi tersebut adalah dengan membangun media pemasaran digital berbasis website yang dapat membantu memperluas pemasaran yang dimiliki oleh Toko Sanjaya. Hal ini dapat membantu Toko Sanjaya dari segi pemasarannya dan memulai transisi dari *offline* menuju *online*. Dimulai dengan melakukan pengumpulan data dengan teknik observasi, teknik wawancara, dan teknik dokumentasi serta menggunakan metode *Software Development Life Cycle* (SDLC) dalam pengembangan website. Website akan dirancang dan diimplementasikan dengan *hosting* www.tokosanjaya.my.id. Website yang dihasilkan merupakan sebuah website yang menyediakan informasi singkat mengenai Toko Sanjaya, dimana pihak Toko Sanjaya berpendapat puas dengan website yang dihasilkan.

Abstract

Toko Sanjaya is a shop engaged in selling daily necessities products starting from selling heavy and light food, drinks, stationery and so on. Toko Sanjaya still sells offline, which means it still goes through a face-to-face process where customers need to visit the store to find out about the products it sells. With the rapid development of technology, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) must also participate in utilizing existing technology so that they can compete with other businesses and are not left behind, the author says that one of the ideas for Toko Sanjaya in utilizing this technology is to build a website-based digital marketing media that can help expand the marketing that is owned by Toko Sanjaya so that it can help Toko Sanjaya in terms of marketing and start the transition from offline to online. Starting with collecting data using observation techniques, interview techniques and documentation techniques and using the Software Development Life Cycle (SDLC) method in website development. The website will be designed and implemented by hosting www.tokosanjaya.my.id. The resulting website is a website that provides brief information about Toko Sanjaya, where Toko Sanjaya is of the opinion that it is satisfied with the resulting website.

Keywords: *Marketing Media, Website, MSMEs, Digital*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah berkembang dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir ini. Perkembangan teknologi tentu dapat memberikan dampak

yang positif bagi para usaha-usaha yang ingin ikut serta dengan perkembangan zaman (Suwarno & Lim, 2021). Berbagai kemudahan telah dapat kita rasakan dengan perkembangan yang ada seperti dalam

melakukan pembayaran, mengirim pesan, mencari informasi dan lain sebagainya (Anggraeni & Maulani, 2023). Berbagai sektor industri termasuk UMKM pun mulai diperkenalkan dan memanfaatkan metode pemasaran digital yang saat ini sedang sangat populer untuk digunakan. Salah satu metode pemasaran yang dapat digunakan oleh UMKM adalah dengan melalui website yang terhubung dengan internet. Website dapat dibangun dengan modal sesuai dengan yang diinginkan dan kemampuan website untuk memberikan deskripsi singkat mengenai UMKM dan produk-produknya adalah salah satu keunggulan dari menerapkan website ke usahanya (Manongga et al., 2022).

Toko Sanjaya adalah sebuah toko yang menjual berbagai macam barang-barang kebutuhan sehari-hari dari makanan berat serta ringan, minuman, es krim, alat tulis, sikat gigi dan lain-lain. Tidak hanya itu, Toko Sanjaya ada juga menjual minuman berupa sari tebu murni yang dibuat sendiri. Saat ini Toko Sanjaya berlokasi di kecamatan Bengkong, Kampung Durian, Batam dan dimiliki oleh pemiliknya bernama Amen.

Saat ini Toko Sanjaya masih melakukan penjualan secara *offline*, yang artinya masih melalui proses tatap muka dimana para pelanggannya perlu mengunjungi tokonya untuk mengetahui produk yang dijualnya (Amiliana et al., 2022). Dengan banyaknya usaha yang bertransisi melakukan penjualan secara *online* akan membuat Toko Sanjaya ketinggalan dengan pesaing-pesaingnya dan membuat kekurangan pelanggannya, beralih metode penjualan dari *offline* ke *online* akan mempermudah Toko Sanjaya dalam memperluas akses pemasaran (Arumsari et al., 2022) dan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, dapat memaksimalkan usaha dari Toko Sanjaya (Firdaus et al., 2022).

Telah dilakukan beberapa upaya oleh Toko Sanjaya dalam mengikuti perkembangan zaman, tetapi masih saja kurang dalam melakukan pemasaran di era

digital ini. Salah satu penyebabnya adalah dikarenakan Toko Sanjaya tidak memiliki website sebagai media informasi kepada para calon pelanggannya. Menurut (Henim et al., 2023) website merupakan salah satu bentuk media yang dapat memberikan kemudahan dalam menyampaikan berbagai informasi serta kemudahan dalam melakukan transaksi elektronik kepada siapa saja. Dengan adanya website, calon pelanggan dapat melihat informasi mengenai Toko Sanjaya secara singkat, dimulai dari latar belakang tokonya hingga produk yang dijualnya.

Dengan dimilikinya website profil perusahaan, tentunya akan membantu Toko Sanjaya dalam memperluas media pemasarannya, ditambah lagi Toko Sanjaya pun juga dapat mengambil langkah pertamanya dalam melakukan transisi dari *offline* ke *online*.

Masalah

Dengan perkembangan zaman yang telah banyak menggunakan teknologi, UMKM haruslah ikut serta dalam mengikuti perkembangan zaman. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Toko Sanjaya adalah tidak melakukan pemasaran secara digital seperti memiliki sebuah website yang berupa *profile* perusahaan untuk dapat digunakan sebagai salah satu pemasaran dalam bentuk digital serta penjelasan mengenai bisnis yang dijalankannya. Menurut (Diana et al., 2023) pemasaran digital adalah sebuah pemasaran produk ataupun layanan dengan menggunakan teknologi digital terutama internet. Saat ini hampir semua instansi atau usaha-usaha lainnya telah menerapkan teknologi dalam bisnisnya, sehingga Toko Sanjaya tertinggal dengan pesaing-pesaing usaha lainnya.

Maka dari itu, mahasiswa dari Program Sistem Informasi di Universitas Internasional Batam ingin mengangkat permasalahan tersebut untuk membantu Toko Sanjaya menjalankan bisnisnya dengan membangun website yang berisi latar belakang perusahaan, produk yang

dijual secara sekilas, lokasi, dan kontak Perusahaan. Dengan begitu, dapat membantu Toko Sanjaya memasarkan dan menarik perhatian kepada calon pelanggannya.

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk merancang dan melakukan implementasi website profil perusahaan, dikarenakan dibutuhkannya pembentukan website yang dapat digunakan Toko Sanjaya sebagai sarana baru dalam melakukan pemasaran secara digital.

Metode

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik digunakan dalam pengumpulan data adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang deskriptif dan menggunakan analisis (Salvator & Heremba, 2023). Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut.

a. Observasi

Dilakukannya teknik observasi agar penulis dapat mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh Toko Sanjaya, dengan mengunjungi lokasi Toko Sanjaya untuk mengetahui usahanya.

b. Wawancara

Dilakukannya teknik wawancara agar penulis dapat memperoleh informasi terkait permasalahan Toko Sanjaya, sehingga mengetahui yang dibutuhkan oleh Toko Sanjaya.

c. Dokumentasi

Dilakukannya teknik dokumentasi agar penulis dapat memperoleh gambar-gambar bangunan Toko Sanjaya, dimana gambar-gambar tersebut akan dimasukkan kedalam website profil perusahaan

2. Lokasi dan Waktu Kegiatan

Lokasi kegiatan dilakukan pada Toko Sanjaya yang berlokasi di kecamatan Bengkong, Kampung

Durian, Batam. Kegiatan ini dilakukan selama kurang lebih 3 bulan, yaitu dari tanggal 30 April 2023 hingga 14 Juli 2023.

3. Bahan dan Alat

Berikut merupakan bahan dan alat yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian terhadap Toko Sanjaya.

Tabel 1. Bahan dan Alat

No.	Jenis	Jumlah/Waktu
1.	Figma	<i>Tentative</i>
2.	Visual Studio Code	<i>Tentative</i>
3.	XAMPP	<i>Tentative</i>
4.	Domain	1 Tahun
5.	Hosting	3 Bulan

Sumber: Penulis (2023)

4. Proses Perancangan

Proses perancangan luaran dilakukan dengan menggunakan metode *Software Development Life Cycle* (SDLC), yaitu proses yang digunakan untuk membangun perangkat lunak (Rahmi et al., 2023), tahapan yang dilalui adalah sebagai berikut.

a. Planning

Tahap perencanaan dimana penulis akan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh Toko Sanjaya.

b. Analysis

Tahap analisis dimana penulis akan menganalisis kebutuhan dari Toko Sanjaya untuk menyelesaikan permasalahan bisnis. Penulis menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi dalam pengumpulan data.

c. Design

Tahap desain dimana setelah melakukan analisa, penulis akan mulai merancang tampilan UI dari website yang akan digunakan oleh Toko Sanjaya. Penulis menggunakan

- aplikasi Figma dalam mendesain.
- d. *Development*
Tahap pengembangan dimana penulis akan membangun website dengan menggunakan bahasa HTML, CSS, dan Javascript dalam pengembangan website. Penulis menggunakan aplikasi Visual Studio sebagai *code editor*.
 - e. *Testing*
Tahap pengujian dimana penulis akan melakukan pengujian terhadap website yang telah dibuat agar tidak memiliki masalah.

5. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut.

- a. Tahap Persiapan
Tahap persiapan dimulai dengan penulis mengunjungi Toko Sanjaya untuk melakukan pengumpulan data dan indentifikasi permasalahan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.
- b. Tahap Pelaksanaan
Tahap pelaksanaan dilakukan untuk mendapatkan proses perancangan luaran dimana penulis akan menggunakan metode *Software Development Life Cycle* (SDLC), yaitu.
 - 1) *Planning*
Mengidentifikasi permasalahan yang ada pada Toko Sanjaya.
 - 2) *Analysis*
Menganalisis kebutuhan yang diperlukan oleh Toko Sanjaya.
 - 3) *Design*

Mendesain website yang akan digunakan Toko Sanjaya.

- 4) *Development*
Mengembangkan website toko Sanjaya sesuai dengan desain.
- 5) *Testing*
Menguji website agar tidak memiliki *error*.
- c. Tahap Penilaian
Tahap penilaian akan dilakukan setelah luaran diselesaikan dan terealisasi. Penilaian ini akan dinilai untuk menerima pendapat Toko Sanjaya apabila luaran yang telah dihasilkan dapat digunakan dan sesuai.
- d. Tahap Pelaporan
Tahap pelaporan adalah tahap terakhir pada kegiatan pengabdian ini, dimana penulis akan menyusun laporan beserta artikel mengenai kegiatan yang telah dilakukan dari awal hingga akhir.

Berikut merupakan jadwal pelaksanaan kegiatan dalam pengabdian Toko Sanjaya.

Tabel 2. Jadwal Pelaksanaan

No	Kegiatan	Tanggal
1	Kunjungan Mitra	30 April 2023
2	Penyusunan Proposal	9 Mei 2023 - 15 Mei 2023
3	Pengajuan Proposal	15 Mei 2023
4	Perancangan dan Pengembangan Website	18 Mei 2023 - 1 Juli 2023
5	Pengimplementasian Website	1 Juli 2023 - 4 Juli 2023
6	Penilaian Website	4 Juli 2023 - 6 Juli 2023
7	Penyusunan Laporan	7 Juli 2023 - 14 Juli 2023

Sumber: Penulis (2023)

Kegiatan pengabdian dimulai dengan melakukan kunjungan mitra untuk melakukan observasi dan wawancara

dengan pihak mitra Toko Sanjaya. Tim pengabdian juga akan melakukan dokumentasi yang akan diunggah ke dalam website yang akan dikembangkan, setelah itu penulis melakukan penyusunan proposal.

Pengajuan proposal dilakukan ketika penyusunan proposal selesai, dengan disetujuinya proposal maka penulis akan melanjutkan merancang luaran kegiatan yaitu berupa website profil perusahaan Toko Sanjaya. Penulis merancang desain dengan menggunakan aplikasi Figma.

Setelah rancangan desain selesai, penulis akan mengembangkan website dengan aplikasi Visual Studio dengan menggunakan bahasa HTML, CSS dan Javascript sesuai dengan desain yang telah dibuat. Setelah website berhasil dikembangkan, maka penulis akan lanjut mengimplementasi website ke internet. Penulis akan melakukan registrasi *domain* dan *hosting*.

Website yang telah dikembangkan akan dapat diakses melalui bantuan internet, kemudian penilaian website akan dilakukan oleh pihak mitra yaitu Toko Sanjaya, dimana Toko Sanjaya akan memberi pendapat kepuasan dengan luaran website profil perusahaan yang telah dihasilkan. Kemudian, penulis juga akan menyerahkan seluruh dokumen, desain figma, dan *coding* website kepada Toko Sanjaya.

Tahap terakhir dari kegiatan ini adalah penyusunan laporan, dimana penulis akan merekap kegiatan yang telah dilakukan selama pengabdian ini. Setelah penyusunan laporan dan artikel terselesaikan, maka kegiatan ini selesai dilaksanakan.

Pembahasan

Pengembangan website dilakukan setelah desain dibuat untuk memenuhi kebutuhan Toko Sanjaya. Penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisa menurut penulis, Toko Sanjaya memerlukan suatu website profil perusahaan yang dapat digunakan

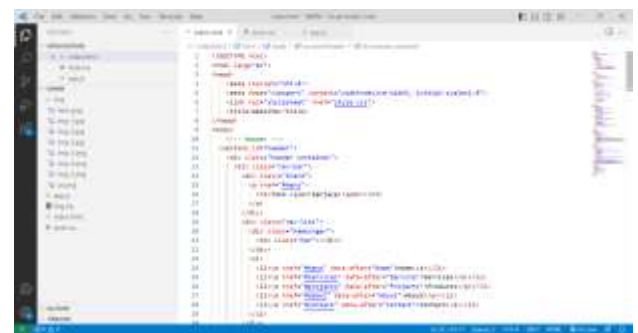
sebagai langkah pertama dalam melakukan transisi dari *offline* ke *online* dan memperluas media pemasarannya. Berikut tahapan yang dilakukan dalam melakukan perancangan, pengembangan, serta implementasi dari website profil Toko Sanjaya.

Pertama, penulis akan melakukan perancangan desain dengan menggunakan aplikasi Figma sesuai dengan kebutuhan Toko Sanjaya yang sudah dikumpulkan sebelumnya.

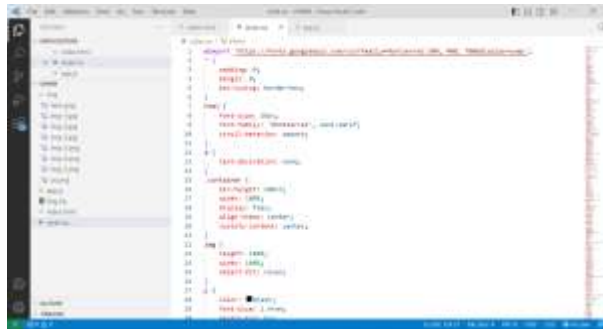


Gambar 1. Desain Website Toko Sanjaya
Sumber: Penulis, 2023

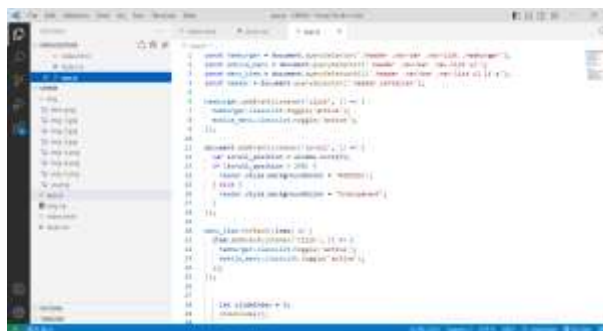
Setelah perancangan desain selesai, maka akan dilanjutkan ke tahapan pengembangan website. Penulis menggunakan aplikasi Visual Studio Code dan bahasa yang digunakan adalah HTML, CSS, dan Javascript.



Gambar 2. Coding HTML Website
Sumber: Penulis, 2023



Gambar 3. Coding CSS Website
Sumber: Penulis, 2023



Gambar 4. Coding Javascript Website
Sumber: Penulis, 2023

Setelah selesai melakukan *coding*, maka terbentuklah website profil Toko Sanjaya. Tampilan website yang dikembangkan adalah sebagai berikut.



Gambar 5. Tampilan Tombol Navigasi Website Toko Sanjaya
Sumber: Penulis, 2023

Gambar 5 menunjukkan tombol navigasi dari website profil perusahaan Toko Sanjaya. Pada bagian kiri adalah nama mitra dan logo Toko Sanjaya sebagai identitas mitra, kemudian dibagian kanan ada tombol yang akan mengarah ke pengunjung website ke halamannya. Selain itu, ada tombol halaman utama, servis, produk, tentang kami, dan kontak.



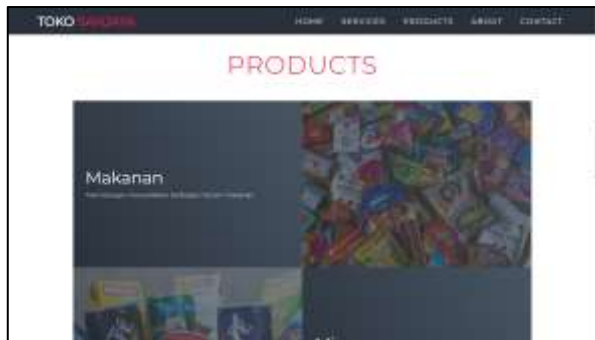
Gambar 6. Tampilan Awal Website Toko Sanjaya
Sumber: Penulis, 2023

Gambar 6 menunjukkan halaman awal dari website Toko Sanjaya, pada halaman tersebut memiliki nama toko dan gambar Toko Sanjaya sebagai latar belakang, terdapat tulisan “Welcome to Toko Sanjaya” untuk menyambut pengunjung website Toko Sanjaya. Terdapat tombol “About Us” yang dibuat agar pengunjung website bisa langsung mengetahui gambaran umum dari Toko Sanjaya.



Gambar 7. Tampilan Servis Website Toko Sanjaya
Sumber: Penulis, 2023

Gambar 7 menunjukkan halaman servis yang diberikan oleh Toko Sanjaya. Terdapat 2 servis yang diberikan yaitu menjual produk-produk atau barang-barang kebutuhan sehari-hari dan menjual minuman berupa tebu murni yang dibuatnya sendiri, selanjutnya ada gambar-gambar yang berupa *slideshow* bertujuan untuk menampilkan bangunan dari Toko Sanjaya.



Gambar 8. Tampilan Produk Website Toko Sanjaya
Sumber: Penulis, 2023

Gambar 8 menunjukkan halaman produk yang disediakan oleh Toko Sanjaya yaitu berupa makanan, minuman, dan produk sehari-hari.



Gambar 9. Tampilan Tentang Website Toko Sanjaya
Sumber: Penulis, 2023

Gambar 9 menunjukkan tampilan tentang Toko Sanjaya, yang berisi mengenai informasi singkat Toko Sanjaya, terdapat gambar yang menampilkan bangunan Toko Sanjaya serta deskripsi singkat mengenai Toko Sanjaya. Halaman ini dapat diakses dari tombol "About Us" pada halaman awal dan pada tombol navigasi.



Gambar 10. Tampilan Kontak Website Toko Sanjaya
Sumber: Penulis, 2023

Gambar 10. menunjukkan tampilan kontak terhadap Toko Sanjaya. Pengunjung website dapat melakukan kontak terhadap Toko Sanjaya dengan menggunakan nomor telepon yang tertera. Terdapat alamat lokasi Toko Sanjaya serta peta yang dapat digunakan untuk mencari jalan ke lokasi Toko Sanjaya.



Gambar 11. Tampilan Hak Cipta Website Toko Sanjaya
Sumber: Penulis, 2023

Dengan selesainya website, maka akan dilakukan publikasi agar Toko Sanjaya dapat menggunakannya. Penulis melakukan *hosting* pada www.rumahweb.com dengan tautan www.tokosanjaya.my.id sesuai dengan gambar 12.



Gambar 12. Tampilan Website Toko Sanjaya
Sumber: Penulis, 2023

Setelah website terimplementasi, maka akan melakukan tahap evaluasi yang akan dilakukan oleh Toko Sanjaya. Terdapat beberapa masukan yang diberikan oleh Toko Sanjaya. Penulis melakukan revisi sesuai dengan keinginan Toko

Sanjaya. Penyerahan dokumen, desain Figma, dan *coding* diberikan kepada Toko Sanjaya. Menurut pihak mitra Toko Sanjaya, website profil yang telah dikembangkan sudah sesuai dengan kebutuhannya. Pihak Toko Sanjaya puas dengan aspek desain website, warna yang digunakan dalam website dan konten yang dipaparkan website.

Kesimpulan

Dengan selesainya kegiatan perancangan website profil Toko Sanjaya, maka tim pengabdian dapat menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Luaran berupa website profil perusahaan Toko Sanjaya telah berhasil dikembangkan, dimana website tersebut dapat membantu Toko Sanjaya. Tautan website Toko Sanjaya adalah www.tokosanjaya.my.id.
2. Seluruh dokumen, desain, dan *coding* telah diberikan kepada Toko Sanjaya, untuk membantu Toko Sanjaya dalam mentransisi usahanya dari *offline* ke *online* serta memperluas media pemasaran Toko Sanjaya untuk menarik pelanggan baru.
3. Luaran tambahan berupa email website Toko Sanjaya, yang dapat digunakan oleh pihak Toko Sanjaya dalam *hosting* dan *domain*.
4. Mitra Toko Sanjaya menilai bahwa website yang telah dirancang sudah memuaskan dari desainnya, warna yang digunakan, dan konten informasi yang dipaparkan di dalam website. Hasil sudah sesuai dengan kebutuhan Toko Sanjaya dan akan digunakan sebagai media promosi *online*.
5. Dengan pelaksanaan kegiatan ini, tim pengabdian dapat membantu dalam melakukan pengabdian terhadap masyarakat, serta menghasilkan luaran berupa laporan pelaksanaan kegiatan.

Adapun saran dari tim pengabdian terhadap Toko Sanjaya, adalah sebagai berikut.

1. Diharapkan agar kedepannya Toko Sanjaya dapat memperbarui website dengan melengkapi katalog produk-produk yang dimilikinya.
2. Diharapkan agar Toko Sanjaya dapat menjadikan website profil perusahaan ini sebagai media pemasaran utamanya.
3. Diharapkan agar Toko Sanjaya memanfaatkan website profil perusahaan ini untuk memperluas usahanya dari *offline* ke *online*, dengan melakukan transaksi secara *online*.

Daftar Pustaka

- Amiliana, D., Fatchurrohman, M., & Wardhani, P. S. (2022). Strategi Pemasaran Online dan Offline dalam Meningkatkan Penjualan Outlet Makbule. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.52436/1.jishi.30>
- Anggraeni, R., & Maulani, I. E. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Bisnis Modern. *Jurnal Sosial Dan Teknologi*, 3(2), 94–98. <https://doi.org/https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i2.635>
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Diana, Y., Rahayu, S., & Zannah, A. (2023). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Desa Kelambir Lima. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*,

- 6(1), 1–14.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30596/maneggio.v6i1.14534>
- Firdaus, M. I., Azizah, P. N., & Sa'adah, R. (2022). PENTINGNYA DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM DI ERA 4.0. *Jurnal Graha Pengabdian*, 4(2), 154–162.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17977/um078v4i22022p154-162>
- Henim, S. R., Muslim, I., & Sari, R. P. (2023). Penerapan Website Accessibility Conformance Evaluation Methodology (WCAG-EM) Untuk Mengukur Accessibility Website BP3M Politeknik Caltex Riau. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 6(1), 297–302.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31539/intecom.v6i1.5910>
- Manongga, D., Rahardja, U., Sembiring, I., Lutfiani, N., & Yadila, A. B. (2022). Pengabdian Masyarakat dalam Pemberdayaan UMKM dengan Melakukan Implementasi Website Menggunakan Plugin Elementor Sebagai Media Promosi. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 44–53.
<https://doi.org/https://doi.org/10.34306/adimas.v3i1.810>
- Rahmi, E., Yumami, E., & Hidayasari, N. (2023). Analisis Metode Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Website: Systematic Literature Review. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(1), 821–834.
<https://doi.org/10.33395/remik.v7i1.12177>
- Salvator, M., & Heremba, N. K. (2023). Efektivitas Penyebaran Informasi Publik Melalui Website oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ngada. *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau*, 3(1), 42–55.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33701/jtpm.v3i1.3137>
- Suwarno, S., & Lim, R. R. (2021). Perancangan Sistem Kasir Layanan Mandiri Berbasis Web Pada Supermarket Bless Dengan Metode Sdlc. *CoMBInES - Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences*, 1(1), 860–873.