

SISTEM INFORMASI WEBSITE PADA PENJUALAN RUMAH PADA PT ANUGRAH WIRA SEJAHTERA BERSAMA

¹Devi Soraya, ²Lili Andraini
¹Sistem Informasi, ²Teknik Komputer
*)DeviSoraya@gmail.com

Abstrak

PT. Anugrah Wira Sejahtera Bersama terletak pada jalan Urip Sumoharjo No.19 Way Halim Permai Bandar Lampung. Perusahaan ini bergerak di bidang properti rumah di Bandar Lampung dan memiliki jaringan perumahan yang siap huni.

Proses pembayaran rumah tersebut dapat dilakukan secara dan kredit. Penelitian ini bertujuan untuk mempermudah PT Anugrah Wira Sejahtera Bersama memberikan informasi kepada pelanggan yang ingin mencari informasi rumah. Pada tahap perancangan aplikasi ini menggunakan model UML yaitu : use case diagram, activity diagram, class diagram, ERD, dan relasi antar table, dengan database MySQL. Hasil penelitian ini menghasilkan penjualan rumah secara online diharapkan dapat mempermudah bagi pelanggan untuk memesan dan melihat informasi, sehingga pelanggan tidak perlu datang ke kantor.

Kata Kunci: *Website*, Sistem Informasi, *MySQL* dan UML.

PENDAHULUAN

PT. Anugrah Wira Sejahtera Bersama terletak pada jalan Urip Sumoharjo No.19 Way Halim Permai Bandar Lampung. Perusahaan ini bergerak di bidang properti rumah di Bandar Lampung dan memiliki jaringan perumahan yang siap huni. Proses pembayaran rumah tersebut dapat dilakukan secara dan kredit. Gambaran umum dari proses penjualan rumah pada PT. Anugrah Wira Sejahtera Bersama dimulai dari pembelian datang ke kantor pemasaran untuk mencari informasi tentang rumah yang ingin dibeli beserta simulasi perhitungan KPR (Kredit Pemilikan Rumah) pada bank penyedia KPR yang terkait, kemudian pembeli mengisi form pemesanan atau pengajuan KPR beserta membayar booking fee pada marketing. Pada hari kedua setelah pembayaran pihak marketing menghubungi pembeli untuk membantu melengkapi persyaratan yang diperlukan. Bagi pembeli yang mengambil KPR diwajibkan untuk membayar uang muka sesuai ketentuan pada saat proses pembelian. Sedangkan untuk mengambil KPR bersubsidi akan dilakukan survei oleh pihak marketing. Hasil dari survei tersebut akan diberikan kepada pihak bank beserta dengan berkas-berkas persyaratan yang telah lengkap. Pihak bank akan

menghubungi marketing untuk menginformasikan pada pembeli jadwal, tempat, dan waktu interview. Pihak bank menerbitkan surat penegasan persetujuan penyediaan kredit (SP3K) untuk pembeli, kemudian pihak bank menghubungi marketing untuk menginformasikan pembeli yang layak mendapatkan KPR, lalu marketing akan memberikan informasi tersebut pada setiap pelanggan yang melakukan interview. Pembeli akan diundang oleh pihak bank untuk mengikuti akad kredit, lalu setelah rumah selesai dibangun pihak developer akan melakukan serah terima kepada pembeli.

Saat ini transaksi masih manual menggunakan seperti menggunakan brosur untuk menawarkan penjualan rumah sehingga orang-orang tidak banyak tau (Wiguna et al., 2019), dan mengetahui laporan penjualan serta untuk melihat list rumah yang sudah dan belum terjual (Wantoro et al., 2021), sehingga akan menyita waktu apalagi ketika akan melakukan perbaikan data seperti batalnya pemesanan rumah dan batalnya pemesanan dikarekan pembeli tidak mendapatkan persetujuan KPR dari pihak bank (Ahdan et al., 2020). Pembeli sangat sulit untuk memperoleh informasi yang jelas tentang penjualan rumah, pembeli yang datang ke kantor pemasaran sering mendapati marketing tidak ada ditempat dikarenakan di setiap kantor pemasaran hanya terdapat 1 marketing saja (Supriyatna, 2011). Dengan pekerjaan selain melakukan penjualan marketing juga melakukan pengambilan data dan berkas-berkas pengajuan KPR dan memasarkan ke instansi-intansi tertentu. Berdasarkan permasalahan tersebut PT. Anugrah Wira Sejahtera Bersama memerlukan sebuah sistem yang dapat memudahkan dalam menunjang pemasaran dan penjualan rumah hunian (Setiawan et al., 2021). Untuk itu maka dibutuhkan sistem informasi penjualan berbasis web yang akan mempercepat penjualan rumah dan memudahkan pembeli dalam memilih dan memesan rumah karena pembeli tidak perlu datang lagi ke kantor pemasaran untuk memesan atau sekedar mencari informasi mengenai rumah yang akan dibeli (Febrian & Hapsari, 2019). Pembeli juga dapat melihat katalog rumah yang tersedia di web (Oktaviani et al., 2022), melihat rincian informasi pada spesifikasi rumah mengatur dan memperhitungkan kredit yang akan diambil (Hana et al., 2019). Dengan adanya sistem informasi tersebut diharapkan dapat mempermudah PT. Anugrah Wira Sejahtera Bersama dalam proses penjualan rumah sehingga menghasilkan laporan atau informasi yang akurat dan efisien (Rusliyawati et al., 2021), mengurangi beban marketing yang kewalahan dalam menghadapi jika ada pemesanan rumah (Rachmatullah et al., 2020).

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Sistem Informasi

Sistem informasi adalah suatu sistem yang dibuat manusia yang terdiri dari komponen-komponen dalam organisasi untuk mencapai suatu tujuan yaitu menyajikan informasi(Dinasari et al., 2020). Sistem Informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang memepertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi organisasi yang bersifat manajerial dengan kegiatan dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan laporan-laporan yang diperlukan oleh pihak luar tertentu(Ramadona et al., 2021). maka dapat penulis simpulkan bahwa sistem informasi adalah alat yang penting yang diperlukan untuk mendukung kegiatan dalam suatu organisasi dan untuk mempermudah dalam penyediaan laporan yang dibutuhkan organisasi tersebut.

Pengertian Penjualan

Klasifikasi Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan(Putra, 2020). Dengan laba yang diperoleh(Lina & Ahluwalia, 2021), perusahaan dapat mengembangkan berbagai kegiatan(Sulistiyawati & Supriyanto, 2021), meningkatkan jumlah aktiva dan modal serta dapat mengembangkan dan memperluas bidang usahanya. Sebenarnya pengertian penjualan sangat luas(Vidiasari & Darwis, 2020).

Pengertian Pemasaran

Pemasaran mempunyai peranan yang sangat menentukan karena pemasaran mempunyai kedudukan sebagai perantara antara produsen dan konsumen(Lina & Permatasari, 2020). Pemasaran merupakan suatu urutan-urutan kegiatan yang saling berkaitan erat dan bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran(Fernando et al., 2021). Dengan demikian perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu memperhatikan dan mengembangkan sistem pemasarannya(Setiawan et al., 2021). Pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan

dengan menciptakan nilai bagi pelanggan dan menangkap nilai kembali dari pelanggan(Permatasari, 2019). Sasaran dari pemasaran adalahh menarik pelanggan baru dengan menyajikan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan nilai pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan(Azmi et al., 2019), pemasaran juga merupakan sebuah pemahaman pelanggan(Lestari et al., 2021), dimana dalam prosesnya pemasaran akan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk menangkap nilai dari pelanggan(Novianti et al., 2016).

Menurut (Ahmad et al., 2019), mendefinisikan konsep pemasaran sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Bagian pemasaran pada suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting dalam rangka mencapai besarnya volume penjualan(Windane & Lathifah, 2021), karena dengan tercapainya sejumlah volume penjualan yang diinginkan berarti kinerja bagian pemasaran dalam memperkenalkan produk telah berjalan dengan benar(Maulida et al., 2020). Penjualan dan pemasaran sering dianggap sama tetapi sebenarnya berbeda(Febrian & Ahluwalia, 2020). Tujuan utama konsep pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba(Firmansyah M et al., 2017), atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak(Borman et al., 2020). Ini berbeda dengan konsep penjualan yang menitikberatkan pada keinginan perusahaan. Falsafah dalam pendekatan penjualan adalah memproduksi sebuah pabrik(Anggraini et al., 2020), kemudian meyakinkan konsumen agar bersedia membelinya(Permatasari & Anggarini, 2020). Sedangkan pendekatan konsep pemasaran menghendaki agar manajemen menentukan keinginan konsumen terlebih dahulu, setelah itu baru melakukan bagaimana caranya memuaskan(Habibi et al., 2021).

Pengertian Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

Menurut Undang - undang (Pemerintah Republik Indonesia, 1992), rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga(Siswidiyanto et al., 2020), adapun perumahan didefinisikan sebagai kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan hunian yang dilengkapi dengan sarana dan prasarana lingkungan(Utami & Dewi, 2020). Secara umum kredit pemilikan rumah (KPR)

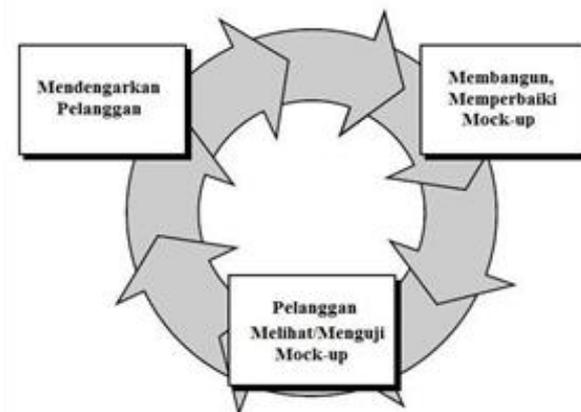
adalah kredit yang digunakan untuk membeli rumah atau untuk memenuhi kebutuhan konsumtif dengan jaminan/agunan berupa rumah. Walaupun penggunaannya mirip (Tarigan et al., 2020).

KPR berbeda dengan kredit konstruksi dan renovasi (Damayanti & Hernandez, 2018). KPR atau Kredit Pemilikan Rumah adalah fasilitas yang diberikan pihak bank agar seseorang bisa memiliki rumah ataupun kebutuhan konsumtif lainnya dengan jaminan berupa rumah (Samsudin et al., 2019). Kredit Pemilikan Rumah adalah suatu fasilitas kredit yang diberikan oleh perbankan kepada para nasabah perorangan yang akan membeli atau memperbaiki rumah (Ahdan et al., 2018).

METODE

Metode Prototype

Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah model prototype (Abidin et al., 2021). Model prototype dapat digunakan untuk menyambungkan ketidakpahaman pelanggan mengenai hal teknis dan memperjelas spesifikasi kebutuhan yang diinginkan pelanggan kepada pengembang perangkat lunak (Reza & Putra, 2021) - (Wantoro, 2018).

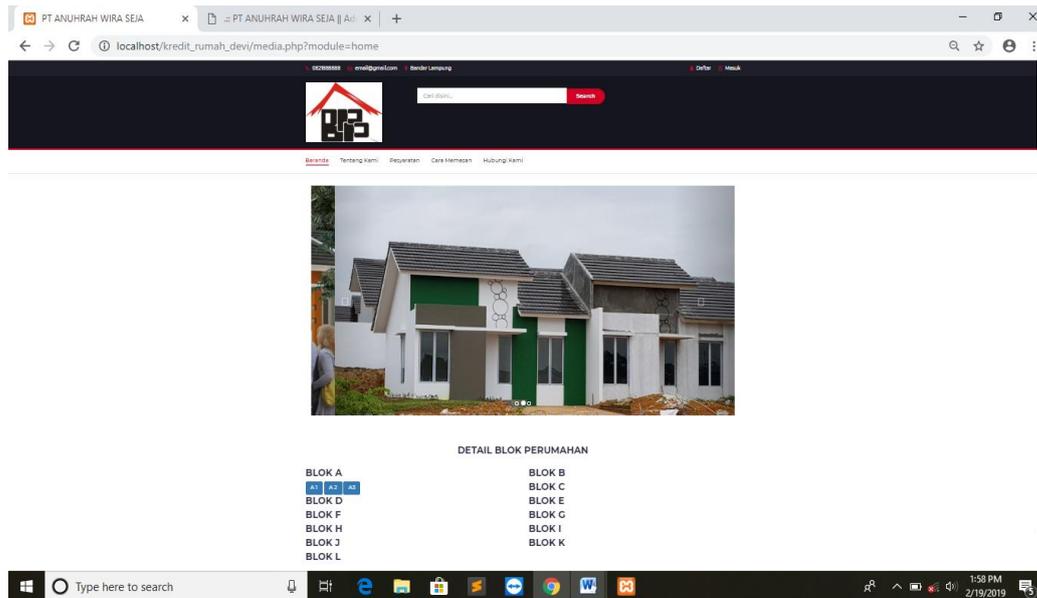


Gambar 1 Metode Prototype

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tampilan *Form* Halaman Utama

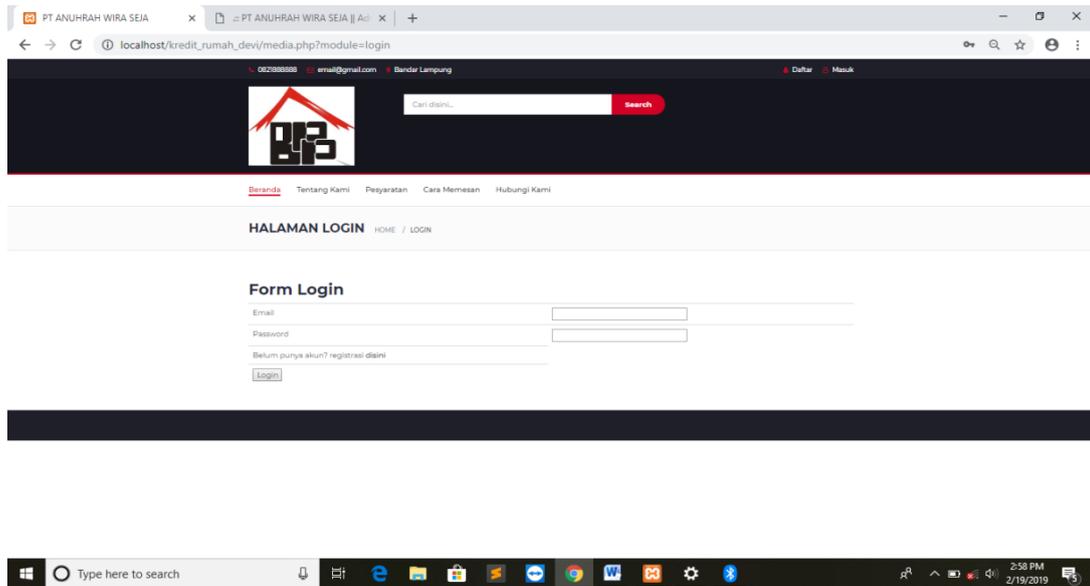
Form menu utama merupakan form yang memuat menu-menu utama dalam sistem. Dalam form utama ini menampilkan, menu daftar, menu masuk, menu beranda, menu tentang kami, menu persyaratan, menu cara memesan, dan menu hubungi kami. Adapun tampilan halaman utama dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1 Tampilan Menu Utama

Tampilan *Form* Login

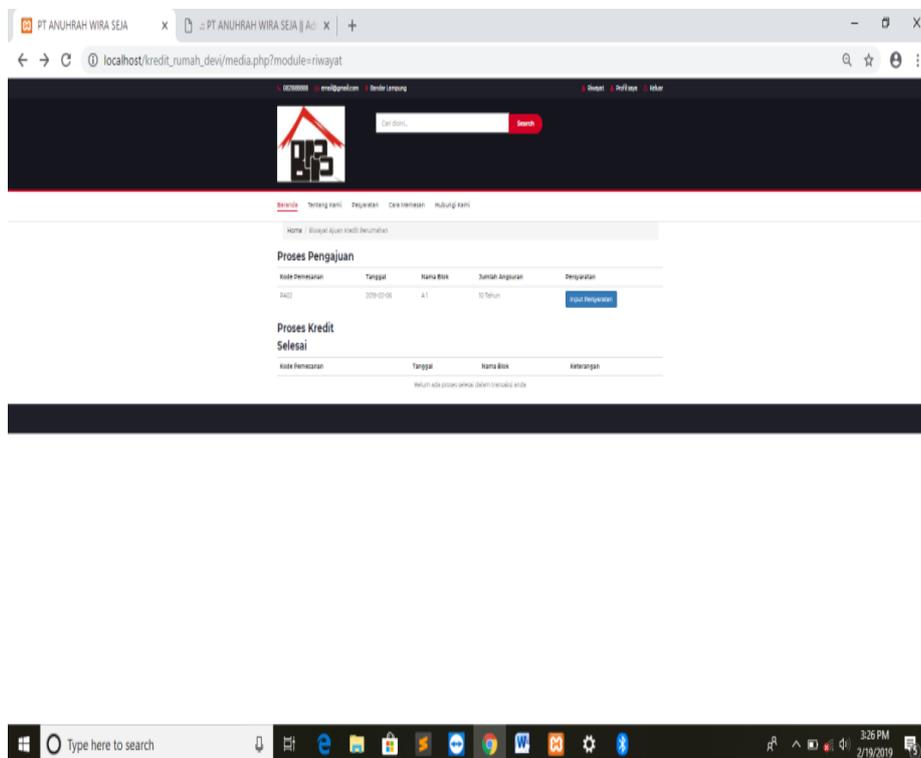
Form Login berfungsi untuk keamanan data di mana pengguna sistem diminta untuk memasukan Username dan Password Form Login ini dapat diinputkan oleh pengguna Form Login. Adapun tampilan halaman *login* dapat dilihat pada gambar 2 sebagai berikut :



Gambar 2 Tampilan *Form Login*

Tampilan *Form Input Dp dan Persyaratan*

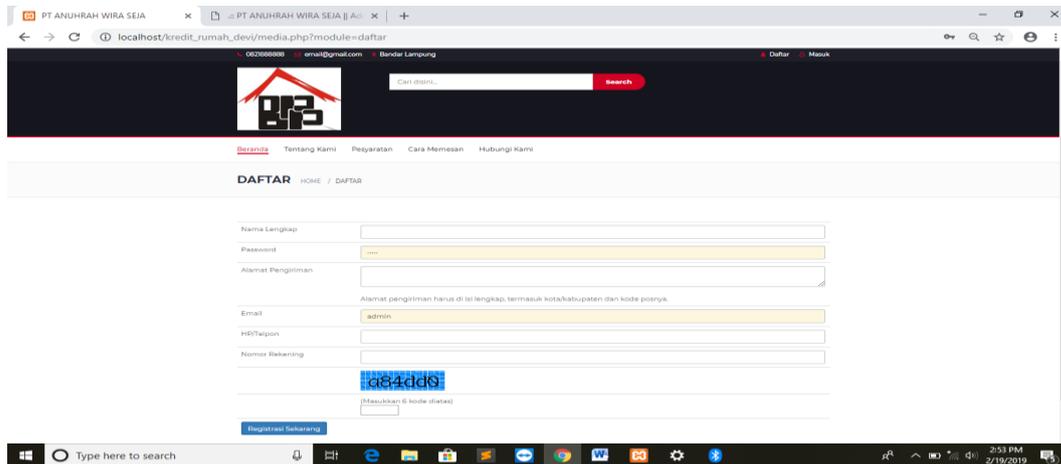
Form ini digunakan untuk Pelanggan yang ingin melakukan Input Dp dan Persyaratan. Adapun tampilan halaman *Input Dp dan Persyaratan* dapat dilihat pada gambar 3 sebagai berikut :



Gambar 3 Tampilan *Form Input Dp dan Persyaratan*

Tampilan Halaman Daftar Akun

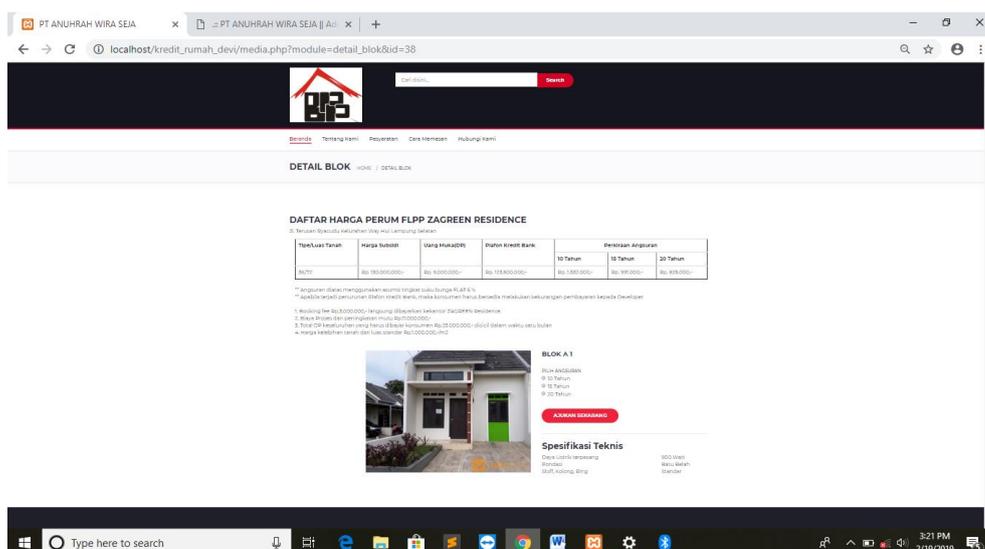
Form menu daftar akun merupakan form yang memuat untuk mendaftarkan akun. Berikut ini tampilan dari menu daftar akun yang dapat dilihat pada gambar 4 sebagai berikut :



Gambar 4 Tampilan Form Daftar Akun

Tampilan Blok Ansuran

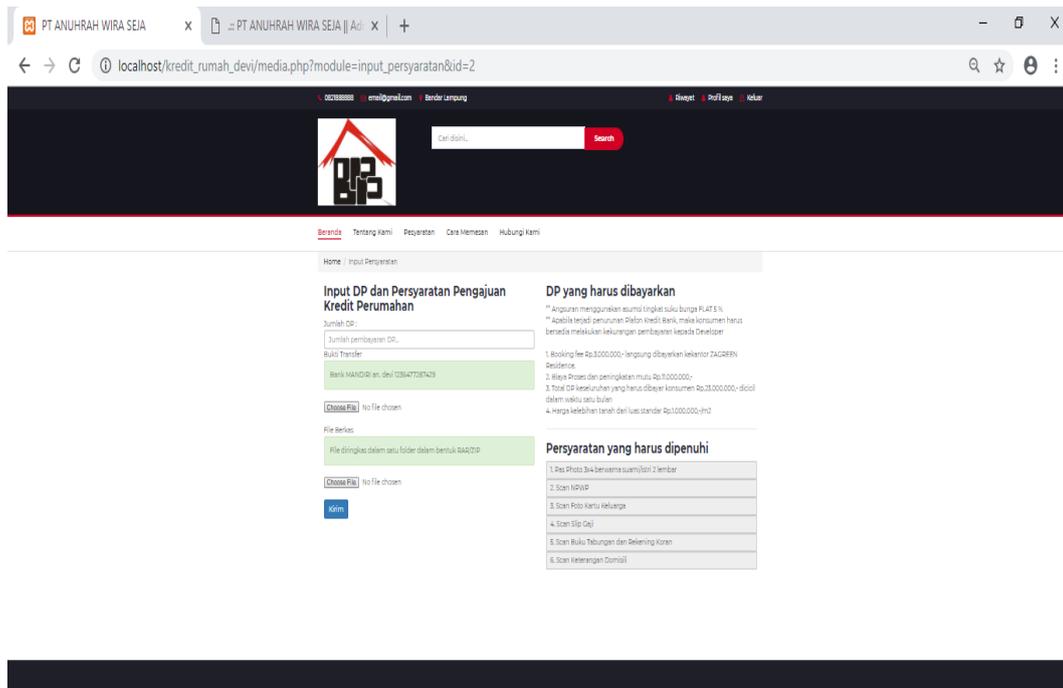
Form untuk memilih blok dan angsuran Form blok dan angsuran ini berfungsi dapat diinputkan oleh pengguna sistem yaitu Pelanggan. Form memilih blok dan angsuran dapat dilihat pada gambar 5 sebagai berikut :



Gambar 5 Tampilan Halaman Blok Ansuran

Tampilan Input Dp dan Persyaratan

Form ini digunakan untuk Pelanggan yang ingin melakukan Input Dp dan Persyaratan. Berikut ini tampilan dari Form Inpu Dp dan Persyaratan Akun Anda yang dapat dilihat pada gambar 6 sebagai berikut :



Gambar 6 Tampilan Input Akun Dp dan Persyaratan

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan penulisan laporan tugas akhir tentang Sistem Sistem Informasi penjualan Rumah Penjualan Rumah Berbasis Web Pada PT Anugrah Wira Sejahtera Bersama Bandar Lampung, dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Sistem Informasi penjualan Rumah Penjualan Rumah Berbasis Web Pada PT Anugrah Wira Sejahtera Bandar Lampung, menggunakan metode *prototype* yang dimulai dari melakukan perencanaan pengembangan dengan melakukan pengumpulan data. Melakukan desain sistem dengan menerapkan kebutuhan sistem yang akan dibangun seperti analisis kebutuhan sistem fungsional dan non fungsional, menggunakan *UML* yaitu dengan model perancangan *Usecase Diagram*, *Activity Diagram*. Coding sistem ini diimplementasikan menggunakan aplikasi *PHP* dan *MySQL* sebagai *database*.

2. Aplikasi Sistem Informasi Pembelian Rumah Di PT Anugrah Wira Sejahtera Bersama Berbasis web di rancang untuk mampu menyajikan informasi Rumah dan pemesanan Rumah hunian dimanapun dan kapanpun tanpa harus datang ke lokasi, dan dapat di digunakan dengan mudah.

REFERENSI

- Abidin, Z., Permata, P., & Ariyani, F. (2021). Translation of the Lampung Language Text Dialect of Nyo into the Indonesian Language with DMT and SMT Approach. *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, 5(1), 58–71. <https://doi.org/10.29407/intensif.v5i1.14670>
- Ahdan, S., Latih, H. S., & Ramadona, S. (2018). Aplikasi Mobile Simulasi Perhitungan Kredit Pembelian Sepeda Motor pada PT Tunas Motor Pratama. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(1), 29–33.
- Ahdan, S., Putri, A. R., & Sucipto, A. (2020). Aplikasi M-Learning Sebagai Media Pembelajaran Conversation Pada Homey English. *Sistemasi*, 9(3), 493. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v9i3.884>
- Ahmad, I., Prasetyawan, P., & Sari, T. D. R. (2019). Penerapan Algoritma Rekomendasi Pada Aplikasi Rumah Madu Untuk Perhitungan Akuntansi Sederhana Dan Marketing Digital. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian*, 1, 38–45.
- Anggraini, Y., Pasha, D., & Damayanti, D. (2020). SISTEM INFORMASI PENJUALAN SEPEDA BERBASIS WEB MENGGUNAKAN FRAMEWORK CODEIGNITER. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(2), 64–70.
- Azmi, M., Kharisma, A. P., & Akbar, M. A. (2019). Evaluasi User Experience Aplikasi Mobile Pemesanan Makanan Online dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus GrabFood). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(8), 7963–7972.
- Borman, R. I., Yasin, I., Darma, M. A. P., Ahmad, I., Fernando, Y., & Ambarwari, A. (2020). Pengembangan dan pendampingan sistem informasi pengolahan pendapatan jasa pada PT. DMS Konsultan Bandar Lampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 1(2).

- Damayanti, D., & Hernandez, M. Y. (2018). Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Dan Pengeluaran Kas Pada Kpri Andan Jejama Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 57–61.
- Dinasari, W., Budiman, A., & Megawaty, D. A. (2020). Sistem Informasi Manajemen Absensi Guru Berbasis Mobile (Studi Kasus: Sd Negeri 3 Tangkit Serdang). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(2), 50–57.
- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 13(3), 254. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967>
- Febrian, A., & Hapsari, chintia annisa vina. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Mediasi. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 279–287.
- Fernando, Y., Ahmad, I., Azmi, A., & Borman, R. I. (2021). Penerapan Teknologi Augmented Reality Katalog Perumahan Sebagai Media Pemasaran Pada PT. San Esha Arthamas. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)*, 5(1), 62–71.
- Firmansyah M, Lomi, A., & Gustopo, D. (2017). Meningkatkan Mutu Kain Tenun Ikat Tradisional Di Desa/Kelurahan Roworena Secara Berkesinambungan Di Kabupaten Ende Dengan Pendekatan Metode TQM. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 3(1), 5–13. <https://doi.org/10.36040/jtmi.v3i1.171>
- Habibi, M. Y. F., Rachma, & Khoirul, M. (2021). *Pengaruh Atribut Brand Ambassador Syahrini Terhadap Keputusan Pembelian Tora Bika Kopi Susu (studi kasus pada santri pesantren Mahasiswa Al Hikam malang)*. 10, 1–13.
- Hana, P., Rusliyawati, & Damayanti. (2019). Pengaruh Media Richness Dan Frequently Update Terhadap Loyali Tas Civitas Akademika Perguruan Tinggi. *Jurnal Tekno Kompak*, 13(2), 7. <https://doi.org/10.33365/jtk.v13i2.328>
- Lestari, F., Susanto, T., & Kastamto, K. (2021). Pemanenan Air Hujan Sebagai Penyediaan Air Bersih Pada Era New Normal Di Kelurahan Susunan Baru. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat*

Berkemajuan, 4(2), 427. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i2.4447>

Lina, L. F., & Ahluwalia, L. (2021). Customers' impulse buying in social commerce: The role of flow experience in personalized advertising. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 1–8. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i1.3837>

Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi Media Sosial Guna Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 227–238. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v17i2.12455>

Maulida, S., Hamidy, F., & Wahyudi, A. D. (2020). Monitoring Aplikasi Menggunakan Dashboard untuk Sistem Informasi Akuntansi Pembelian dan Penjualan (Studi Kasus: UD Apung). *Jurnal Tekno Kompak*, 14(1).

Novianti, H., Allsela, M., & Nurul. (2016). Penerapan Konsep Customer Relationship Management (Crm) Pada Sistem Informasi Penyewaan Lapangan Futsal Di Swadaya Futsal Palembang. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 8(2), 2355–4614.

Oktaviani, L., Suaidah, Aldino, A. A., & Lestari, Y. T. (2022). Penerapan Digital Marketing Pada E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Marning. 379–385.

Permatasari, B. (2019). Penerapan Teknologi Tabungan Untuk Siswa Di Sd Ar Raudah Bandar Lampung. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 2(2), 76. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.446>

Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada WaruPermatasari, B., Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). KepuaPermatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel In. *Jurnal Manajerial*, 19(2), 99–111.

Putra, A. D. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Usaha Penjualan Helm. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 1(1), 17–24.

Rachmatullah, R., Kardha, D., & Yudha, M. P. (2020). Aplikasi E-Commerce

- Petshop dengan Fitur Petpedia. *Go Infotech: Jurnal Ilmiah STMIK AUB*, 26(1), 24. <https://doi.org/10.36309/goi.v26i1.120>
- Ramadona, S., Diono, M., Susantok, M., & Ahdan, S. (2021). Indoor location tracking pegawai berbasis Android menggunakan algoritma k-nearest neighbor. *JITEL (Jurnal Ilmiah Telekomunikasi, Elektronika, Dan Listrik Tenaga)*, 1(1), 51–58. <https://doi.org/10.35313/jitel.v1.i1.2021.51-58>
- Reza, F., & Putra, A. D. (2021). Sistem Informasi E-Smile (Elektronik Service Mobile)(Studi Kasus: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tulang Bawang). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(3), 56–65. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/909>
- Rusliyawati, R., Putri, T. M., & Darwis, D. (2021). Penerapan Metode Garis Lurus Dalam Sistem Informasi Akuntansi Perhitungan Penyusutan Aktiva Tetap Pada Po Puspa Jaya. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 1(1), 1–13. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/jimasia/article/view/864>
- Samsudin, M., Abdurahman, M., & Abdullah, M. H. (2019). Sistem Informasi Pengkreditan Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Baru Kota Ternate Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah ILKOMINFO - Ilmu Komputer & Informatika*, 2(1), 11–23. <https://doi.org/10.47324/ilkominfo.v2i1.16>
- Setiawan, A., Lina, L. F., & Novita, D. (2021). *PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI GARAGE AWAN CARBON BANDAR LAMPUNG*. 1(1), 22–25.
- Siswidiyanto, Munif, A., Wijayanti, D., & Haryadi, E. (2020). Sistem Informasi Penyewaan Rumah Kontrakan Berbasis Web Dengan Menggunakan Metode Prototype. *Jurnal Interkom*, 15(1), 18–25. <https://doi.org/10.35969/interkom.v15i1.67>
- Sulistiyawati, A., & Supriyanto, E. (2021). Implementasi Algoritma K-means Clustering dalam Penentuan Siswa Kelas Unggulan. *Jurnal Tekno Kompak*, 15(2), 25. <https://doi.org/10.33365/jtk.v15i2.1162>
- Supriyatna, Y. (2011). Estimasi Biaya Pemeliharaan Bangunan Gedung. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 9(2), 199–206. <https://gedung.info/wp-content/uploads/2017/11/Panduan-Estimasi-Biaya-Perawatan-Gedung.pdf>
- Tarigan, D. P., Wantoro, A., & Setiawansyah, S. (2020). SISTEM

PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMBERIAN KREDIT MOBIL DENGAN FUZZY TSUKAMOTO (STUDI KASUS: PT CLIPAN FINANCE). *TELEFORTECH: Journal of Telematics and Information Technology*, 1(1), 32–37.

Utami, Y. P., & Dewi, P. S. (2020). Model Pembelajaran Interaktif SPLDV dengan Aplikasi Rumah Belajar. *Mathema: Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(1), 24–31.

Vidiasari, A., & Darwis, D. (2020). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit Buku Cetak (Studi Kasus: CV Asri Mandiri). *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(1), 13–24.

Wantoro, A. (2018). Prototype Aplikasi Berbasis Web Sebagai Media Informasi Kehilangan Barang. *Jurnal Teknoinfo*, 12(1), 11–15.

Wantoro, A., Samsugi, S., & Suharyanto, M. J. (2021). Sistem Monitoring Perawatan dan Perbaikan Fasilitas PT PLN (Studi Kasus : Kota Metro Lampung). *Jurnal TEKNO KOMPAK*, 15(1), 116–130.

Wiguna, P. D. A., Swastika, I. P. A., & Satwika, I. P. (2019). Rancang Bangun Aplikasi Point of Sales Distro Management System dengan Menggunakan Framework React Native. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(3), 149–159. <https://doi.org/10.25077/teknosi.v4i3.2018.149-159>

Windane, W. W., & Lathifah, L. (2021). E-Commerce Toko Fisago.Co Berbasis Android. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(3), 285–303. <https://doi.org/10.33365/jatika.v2i3.1139>