

SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PENJUALAN DAN STRATEGI BISNIS PADA PT. XYZ MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT

Bagas Feri Setya Budi¹,
Moh. Bagas Agung Darmawan²,
Ianlie Ivan Pondaag³, Yumi Novita Dewi⁴

Program Studi Sistem Informasi^{1,2,3,4},
Fakultas Teknologi Informasi^{1,2,3,4}
Universitas Nusa Mandiri^{1,2,3,4}

11220527@nusamandiri.ac.id¹, 11220528@nusamandiri.ac.id²,
11220495@nusamandiri.ac.id³, yumi.ymd@nusamandiri.ac.id⁴

Received: September 19, 2023. **Revised:** October 23, 2023. **Accepted:** October 26, 2023. **Issue Period:** Vol.7 No.4 (2023), Pp.1078-1087

Abstrak: PT. XYZ, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan *furniture* dan kontraktor *interior*. Saat ini, perusahaan masih menggunakan metode manual dalam kegiatan jual beli serta promosi terbatas yang hanya melibatkan area terbatas. Penggunaan pemasaran melalui telepon, email, dan katalog konvensional masih menjadi pola utama. Pelanggan harus mengunjungi pabrik untuk mendapatkan informasi detail tentang produk yang mereka minati, dan perusahaan belum memanfaatkan sistem berbasis komputer. Dibangun sistem informasi manajemen penjualan berdasarkan Analisis SWOT guna meningkatkan daya penjualan dan akses informasi terkait PT. XYZ. Model pengembangan *Rapid Application Development* (RAD), yang memungkinkan pengembangan perangkat lunak dalam waktu pendek dengan fokus pada penggunaan kembali kode dan proses, memberikan kontribusi penting dalam pengembangan sistem informasi yang dapat memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Penerapan Sistem Informasi Manajemen Penjualan dan Analisis SWOT di PT. XYZ memiliki dampak positif dalam meningkatkan efisiensi operasional dan strategi penjualan perusahaan. Beberapa strategi yang disarankan untuk pertumbuhan perusahaan meliputi penetrasi pasar, pengembangan brand dan produk, ekspansi pasar, inovasi teknologi, kemitraan strategis, dan pengembangan sumber daya manusia.

Kata kunci: Sistem informasi Manajemen Penjualan, Analisis SWOT, RAD

Abstract: PT. XYZ, a company engaged in the sale of furniture and interior contractors. Currently, the company still uses the manual method in buying and selling activities as well as limited promotions that only involve a limited area. The use of conventional telephone, e-mail, and catalog marketing is still the dominant pattern. Customers have to visit factories to get detailed information about the products they are interested in, and companies have not taken advantage of computer-based systems. A sales management information system was built based on SWOT Analysis to increase sales power and access to information related to PT. XYZ. The Rapid Application Development (RAD) development model, which enables short-term software development with a focus on code and process reuse, makes an important contribution to the development of information systems that can strengthen



DOI: 10.52362/jisamar.v7i4.1285

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

relationships between companies and customers. Implementation of Sales Management Information Systems and SWOT Analysis at PT. XYZ positively impacts increasing operational efficiency and the company's sales strategy. Some of the suggested strategies for company growth include market penetration, brand and product development, market expansion, technological innovation, strategic partnerships, and human resource development.

Keywords: Sales Management Information System, SWOT Analysis, RAD

I. PENDAHULUAN

Pesatnya teknologi internet merupakan sebuah peluang untuk mengembangkan usaha untuk membuat website sebagai media promosi suatu produk, yang menggantikan media sebelumnya yaitu brosur, pamflet, dan sebagainya. Banyak kelebihan dan keuntungan bagi penjual maupun pembeli. Keuntungan bagi pembeli tidak perlu pergi keluar rumah untuk mencari informasi barang yang diinginkan, mereka cukup melihat katalog-katalog produk yang telah disediakan di website. Bagi para penjual tidak memerlukan biaya yang besar untuk melakukan promosi produk serta dengan mudah memperbarui informasi penjualan produk. Banyaknya keuntungan dalam promosi dengan media website ini, serta semakin banyak pengguna internet menyebabkan perusahaan besar hingga perusahaan kecil memiliki peluang yang sama untuk mendapatkan keuntungan melalui website. Karena dengan adanya media promosi melalui website ini semua informasi menjadi mudah didapatkan dibandingkan dengan media promosi yang sebelumnya berupa media cetak, sehingga informasi penjualan dapat ter-update dengan mudah jika ada perkembangan di dalamnya [1].

Sistem informasi adalah kumpulan komponen yang saling berhubungan yang dirancang untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan menyebarkan data untuk mendukung pengambilan keputusan dan pengendalian di dalam suatu organisasi, termasuk data tentang orang, tempat, dan objek di dalam bisnis atau di lingkungan sekitarnya [2].

Sistem informasi manajemen merupakan metode yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bentuk upaya dalam pengambilan keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan [3]. Sistem manajemen penjualan berbasis komputerisasi merupakan sistem manajemen yang menggunakan komputer sebagai prosesor data, kelengkapan program, dan prosedur untuk melaksanakan serangkaian tugas yang berhubungan dengan penjualan. Sedangkan, sistem manajemen penjualan manual merupakan sistem manajemen dengan sebagian besar beban pemrosesan data diselesaikan oleh manusia tanpa menggunakan komputer [4]. Sistem informasi penjualan online atau online shop merupakan media untuk penjualan, pembelian, dan transaksinya bisa dilakukan dengan secara online melalui menghubungi penjual dan konsumen secara digital [5].

PT. XYZ adalah perusahaan yang bergerak dibidang bisnis penjualan furniture dan kontraktor interior. Saat ini kegiatan jual beli masih dilakukan secara manual, pemasaran dan promosi hanya mencakup areal yang sangat terbatas dan hanya mengandalkan sistem pemasaran dengan pemesanan melalui telepon, email. Maka dari masalah yang ada dibuatlah sebuah sistem informasi manajemen penjualan sehingga bisa mengembangkan penjualan melalui penjualan dan promosi online. Sistem informasi manajemen penjualan pada PT. XYZ sangat diperlukan karena demi kenyamanan, kemudahan, dan peningkatan pemasaran produk.

Analisa yang digunakan penulis dalam skripsi ini adalah Analisis SWOT yang mengidentifikasi berbagai faktor yang secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi perusahaan. Analisa SWOT didasarkan pada suatu hubungan atau interaksi diantara unsur-unsur internal yaitu, kekuatan serta kelemahan dan unsur-unsur eksternal yaitu peluang serta ancaman [5].

II. METODE DAN MATERI

2.1. Metode Penelitian

Penelitian adalah kegiatan ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang suatu masalah. Pengetahuan yang diperoleh berupa fakta-fakta, konsep, generalisasi, dan teori yang memungkinkan manusia dapat memahami fenomena dan memecahkan masalah yang dihadapi. Sekaran menyebutkan bahwa penelitian



merupakan suatu usaha sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban [6].

Contoh metode penelitian ialah melakukan survei, wawancara, eksperimen, observasi, studi kasus, dan lain sebagainya. Metode penelitian lebih berfokus kepada langkah-langkah praktis yang harus diambil untuk mengumpulkan data serta melakukan analisis hasilnya [7].

Metode penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara.

1. Observasi

Observasi merupakan teknik akuisisi data yang mendalam (*in-depth studies*) terhadap sumber data, baik dari organisasi tertentu maupun budaya/situasi sosial tertentu. teknik akuisisi ini akan membutuhkan waktu yang tidak sedikit dan membutuhkan kemampuan yang baik dari peneliti. Observasi merupakan proses peninjauan secara cermat oleh peneliti terhadap objek penelitiannya guna mendapatkan data-data yang dibutuhkan untuk melakukan konfirmasi atas variabel-variabel yang mempengaruhi atau pun konstruksi atas situasi sosial tertentu [8].

2. Wawancara

Wawancara dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan diantaranya adalah pendekatan terstruktur. pada pendekatan ini, pertanyaan telah disiapkan terlebih dahulu oleh peneliti dan biasanya dapat dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan *open-ended* atau *closed-ended* I *terkantung tujuan* dan kebutuhan peneliti [8].

3. Studi Pustaka

Penelitian kualitatif memiliki sifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif, sehingga proses dan makna berdasarkan perspektif subyek lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif ini. Desain penelitian kualitatif ini dapat dijadikan sebagai metode dalam penelitian, karena desainnya dijabarkan secara komprehensif yang mudah untuk dipahami oleh kalangan peneliti dan akademisi [9].

4. Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan untuk menjangkau data atau informasi yang harus dijawab oleh responden. Kuesioner mempunyai kesamaan dengan wawancara kecuali impementasinya, dimana kuesioner dilaksanakan secara tertulis. Keuntungan kuesioner adalah respondet dapat menjawab dengan leluasa tanpa dipengaruhi oleh hubungan peneliti dan waktu cenderung lebih lama. Selain itu kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari responden yang jumlahnya cukup banyak.

Kuesioner terdiri dari dua, yaitu:

a. Kuesioner terbuka

Kuesioner yang menyediakan jawaban diharapkan, sehingga kuesioner menghendaki jawaban bebas atau jawaban dengan kalimat responden sendiri.

b. kuesioner tertutup

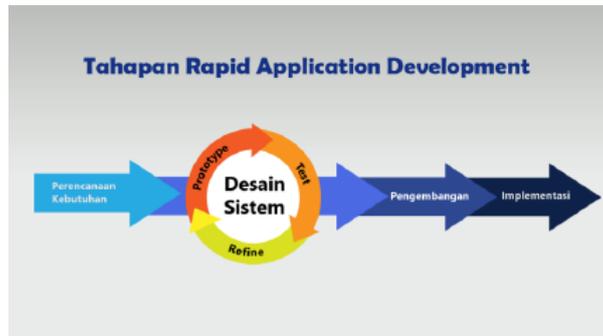
Kuesioner tertutup dilakukan dengan ruang lingkup khusus untuk menuliskan alternatif jawaban yang belum diketahui sebelumnya [10].

2.2. Pengembangan Sistem

Model RAD adalah adaptasi dari model air terjun versi kecepatan tinggi dengan menggunakan model air terjun untuk pengembangan setiap komponen perangkat lunak. Model RAD membagi tim pengembangan menjadi beberapa tim untuk mengerjakan beberapa komponen masing-masing pekerjaan dapat dilakukan secara paralel [11].

Model RAD menekankan pada penyelesaian proyek dalam jumlah kecil. Jika proyek besar, dibagi menjadi serangkaian proyek yang lebih kecil. Masing-masing proyek yang lebih kecil ini direncanakan dan disampaikan secara individual. Maka dari itu, dengan serangkaian proyek yang lebih kecil, skripsi disampaikan dengan cepat dan dengan cara yang kurang terstruktur. Karakteristik utama dari model RAD adalah bahwa rad berfokus pada penggunaan kembali kode, proses, template, dan alat [12].





Gambar 2.1 Tahapan RAD

1. Perencanaan kebutuhan

User dan tim analis melakukan pertemuan untuk mengidentifikasi tujuan dari sistem dan kebutuhan informasi untuk mencapai tujuan. Pada tahap ini merupakan hal terpenting yaitu adanya keterlibatan dari kedua belah pihak.

2. Desain sistem

Keaktifan *user* yang terlibat menentukan untuk mencapai tujuan karena pada proses ini melakukan proses desain dan melakukan perbaikan-perbaikan apabila masih terdeteksi ketidaksesuaian desain antara *user* dan tim analisis. Seorang *user* dapat langsung memberikan komentar apabila terdapat ketidaksesuaian pada desain, merancang sistem dengan mengacu pada dokumentasi kebutuhan *user* yang sudah dibuat pada tahap sebelumnya. Keluaran dari tahapan ini adalah spesifikasi *software* yang meliputi organisasi sistem secara umum dan terstruktur.

3. Pengembangan

Pada tahap ini desain sistem yang telah dibuat dan disepakati, diubah ke dalam bentuk aplikasi versi beta sampai dengan versi final. Pada tahapan ini juga programmer harus terus-menerus melakukan kegiatan pengembangan dan integrasi dengan bagian-bagian lainnya sambil terus mempertimbangkan feedback dari pengguna atau klien. Jika proses berjalan lancar maka dapat berlanjut ke tahapan berikutnya, sedangkan jika aplikasi yang dikembangkan belum menjawab kebutuhan, programmer akan kembali ke tahapan desain sistem.

4. Implementasi

Tahapan ini adalah tahapan programmer yang mengembangkan desain suatu program yang telah disetujui oleh *user* dan tim analis. Diaplikasikan pada suatu organisasi terlebih dahulu dilakukan proses pengujian terhadap program tersebut apakah ada kesalahan atau tidak, salah satunya dengan menggunakan *blackbox* dan *Whitebox testing* sehingga setiap *interface* program bisa terdeteksi [13].

2.3. Analisis SWOT

SWOT adalah metode perancangan model, strategi, dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weakness, opportunities, threats*). [14].

Analisis SWOT adalah alat manajemen strategis yang digunakan untuk mengevaluasi posisi perusahaan atau organisasi dalam lingkungan bisnisnya. Dalam industri, analisis SWOT memberikan wawasan yang penting tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Dengan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor ini, perusahaan dapat merancang strategi yang efektif untuk memanfaatkan kekuatan mereka, mengatasi kelemahan, mengeksplorasi peluang yang ada dan mengantisipasi ancaman yang mungkin muncul. Analisis SWOT menjadi alat yang berharga bagi perusahaan dalam mengembangkan keunggulan kompetitif dan mencapai keberhasilan jangka panjang [15].



1. *Strength* (S) Kekuatan

Kekuatan merupakan bagian dari faktor-faktor internal perusahaan. Di dalam kekuatan ini, kita akan mencari unsur karakteristik perusahaan yang menunjukkan kekuatannya, yakni secara spesifik mampu memberikan kelebihan atau keuntungan bagi perkembangan bisnis.

2. *Weakness* (W) Kelemahan

Unsur kelemahan juga merupakan bagian dari faktor internal perusahaan. Dalam unsur kelemahan ini, perlu ditemukan unsur karakteristik perusahaan yang berkaitan dengan kelemahan yang mungkin dapat menghambat laju perkembangan perusahaan tersebut.

3. *Opportunities* (O) Peluang

Peluang merupakan unsur ekstrinsik atau yang berasal dari luar perusahaan. Dalam peluang, perlu mencari unsur karakteristik yang berkaitan dengan peluang-peluang dari lingkungan sekitar atau sektor terkait yang ada bagi perusahaan tersebut, sehingga mampu mendorong perusahaan agar mengalami kemajuan.

4. *Threats* (S) Ancaman

Faktor ancaman meliputi berbagai unsur yang berkaitan dengan ancaman-ancaman dari situasi diluar perusahaan yang memungkinkan untuk menghambat perusahaan, menempatkan perusahaan dalam situasi sulit [17].

III. PEMBAHASAN DAN HASIL

3.1. Sistem Informasi Penjualan

Sistem informasi manajemen penjualan, ini dibuat untuk kebutuhan Sistem Informasi Manajemen Penjualan di PT. XYZ menggunakan Analisis SWOT dalam mengelola proses penjualan secara efisien dan efektif. Dengan metode pengembangan sistem *Rapid Application Development* (RAD) dengan tahapan *requirement planning, Analyworkshop design RAD, implementation.*

3.2. Requirement Planning

Pada tahapan ini merupakan tahap Analisa dari kebutuhan dalam pembuatan sistem yang meliputi analisis kebutuhan perangkat, analisis fungsionalitas maupun non fungsionalitas sistem dalam pembuatan sistem.

3.3. Matriks Analisis SWOT

Matrix SWOT digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal.

Tabel III.1 Matriks Analisis SWOT

	STRENGTH	WEAKNESS
Faktor Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Telah memiliki pengalaman lebih dari 8 tahun sejak perusahaan berdiri dengan pelayanan terbaik. 2. Terbinanya suasana kerja yang bersifat kekeluargaan dan gotong royong antara karyawan, pejabat terkait, dan <i>owner</i>. 3. Memiliki beberapa rekan bisnis dengan nama besar. 4. <i>Owner</i> melakukan kontroling secara rutin. 5. Produk-produk perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem penjualan masih menggunakan cara tradisional. 2. Bidang pemasaran dan promosi mencakup area yang terbatas. 3. Masih mengandalkan pemasaran dengan pemesanan melalui telepon dan email. 4. Sulitnya mencari tenaga kerja yang terampil dan tahan banting di dunia sales atau
Faktor External		



	berkualitas dan sudah diakui oleh klien.	penjualan. 5. Tidak dilakukan kegiatan promosi oleh perusahaan
<p>OPPORTUNITY</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan promosi dilakukan oleh rekan kerja atau klien yang telah percaya. 2. Tersedianya berbagai media promosi seperti internet yang mampu meningkatkan penjualan. 3. Pertumbuhan teknologi yang pesat mampu membantu dan memudahkan jalanya usaha dengan baik. 4. Adanya loyalitas dari klien. 5. Kemudahan dalam mencari supplier dengan kualitas baik dan terjangkau. 	<p>STRATEGI S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas produk agar tidak mengecewakan konsumen. 2. Mempertehankan image perusahaan yang telah dibangun. 3. Melakukan promosi agar dapat memperluas pasar 	<p>STRATEGI W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki sistem pemasaran perusahaan. 2. Membuat sistem informasi penjualan berbasis website. 3. Melakukan pelatihan pada pekerja.
<p>THREAT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan antar perusahaan sejenis dengan yang menawarkan harga yang lebih murah. 2. Harga bahan baku yang tidak stabil mempengaruhi pasang surut pendapatan perusahaan. 3. Adanya karyawan yang berhenti bekerja dan membuka usaha sejenis dengan perusahaan. 4. Promosi dari perusahaan pesaing dengan memanfaatkan internet untuk memperluas jangkauan pasar. 5. Desain produk furnitur semakin masif mengikuti perkembangan zaman. 	<p>STRATEGI S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi perusahaan 2. Menjaga kualitas produk yang dihasilkan agar tetap mampu bersaing dengan kontrol dan pelatihan kepada tenaga kerja. 	<p>STRATEGI W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas target pasar. 2. Cepat dalam mengambil keputusan dan kebijakan saat terjadi perubahan kondisi perekonomian indonesia. 3. Meningkatkan promosi perusahaan dengan memanfaatkan teknologi internet yang tidak membutuhkan biaya besar

3.4. Workshop design RAD

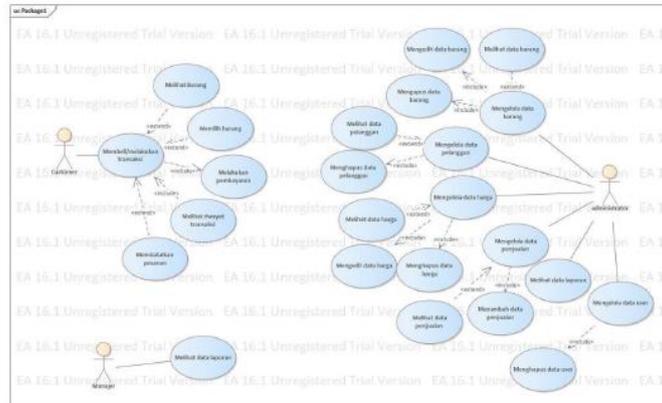
1. Use Case Diagram

Use Case Diagram merupakan sebuah diagram yang menggambarkan fitur-fitur yang ada dalam sistem. Diagram ini menggambarkan interaksi antara fungsi-fungsi yang terlibat dalam desain, termasuk aktor dan *use case*. Berikut adalah definisi dari sebuah *actor* dan *use case* pada sistem informasi Manajemen Penjualan pada PT. XYZ:



DOI: 10.52362/jisamar.v7i4.1285

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Gambar 3.1. Use Case Diagram

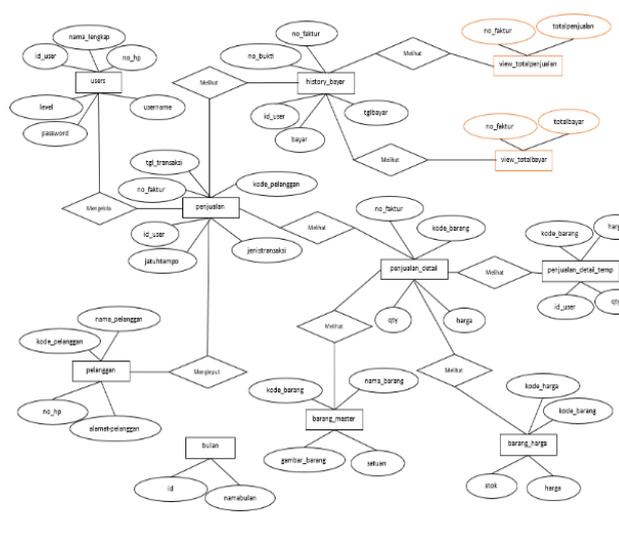
Berikut ini adalah deskripsi dari aktor.

Tabel III.2 Deskripsi Aktor

No	Aktor	Deskripsi
1.	Administrator	Aktor yang bertugas untuk mengelola seluruh operasi data barang, harga, pelanggan, penjualan, laporan penjualan, dan user lainnya
2.	Manager	Aktor yang melakukan pengecekan data laporan penjualan
3.	Customer/Pelanggan	Aktor yang melakukan transaksi pembelian

2. Entity Relationship Diagram (ERD)

Entity Relationship Diagram merupakan diagram yang dirancang untuk suatu database dan menunjukkan relasi antar objek serta atribut lainnya.

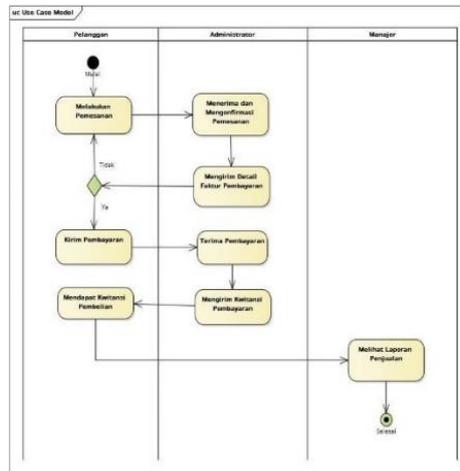


Gambar 3.2 Entity Relationship Diagram



3. Activity Diagram

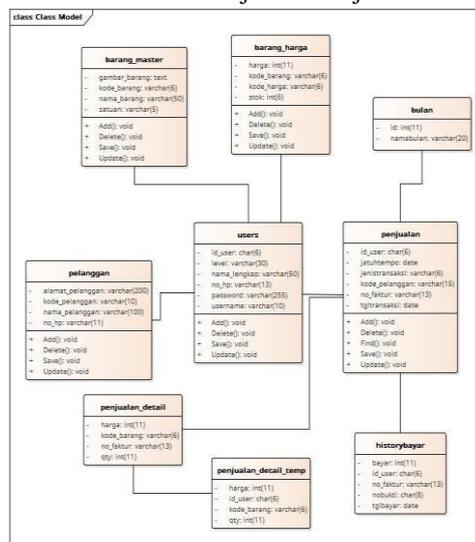
Activity diagram merupakan diagram yang menggambarkan workflow (aliran kerja) atau dari Sistem Informasi Manajemen Penjualan pada PT. XYZ.



Gambar 3.3 Activity Diagram

4. Class Diagram

Class Diagram menggambarkan struktur sistem dari segi pendefinisian kelas-kelas yang ada pada sistem informasi skripsi Proyek Sistem Informasi Manajemen Penjualan Pana PT. XYZ Menggunakan Analisis Swot.



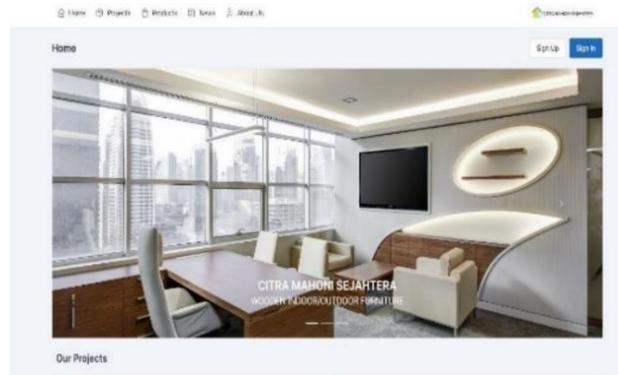
Gambar 3.4 Class Diagram

3.5. Interface

1. Halaman Home

Di bawah ini adalah tampilan awal sebelum melakukan *login*. Pada halaman Home terdapat menu Home, tampilan gambar company profile perusahaan. Menu Project, tampilan project yang pernah dilakukan. Menu Products, tampilan produk yang dijual. Menu About Us, detail Profil Perusahaan.

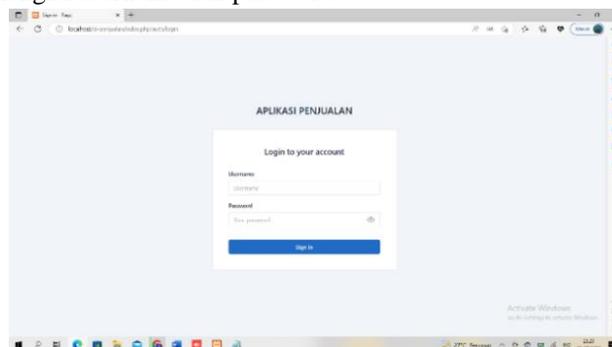




Gambar 3.5 Halaman *Login*

2. Halaman *Login*

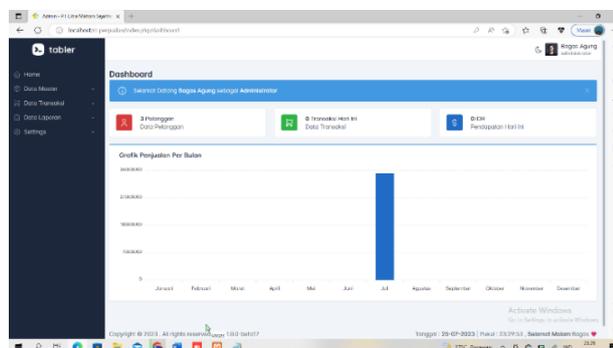
Tampilan halaman login, melalui satu halaman login ini admin, customer, dan manager bisa melakukan login dengan mengisi username dan password.



Gambar 3.6 Halaman *Login*

3. Halaman Sistem

Di halaman Sistem Admin dapat mengakses menu Home/Dashboard yang terdapat data pelanggan sampai dengan data statistik. Data Master terdapat menu data barang, data pelanggan, data harga. Data Transaksi terdapat semua proses transaksi pembelian yang masuk. Dan data laporan untuk melihat rekapitulasi hasil penjualan. Customer hanya dapat mengakses menu Data Transaksi untuk melakukan transaksi pembelian. Manager hanya dapat mengakses menu laporan untuk melihat rekapitulasi hasil penjualan



Gambar 3.7 *Dasboard* administrator



IV. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT. XYZ yang memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan dan mempebaharui strategi bisnis yang telah ada sebelumnya. Maka dapat disimpulkan dengan adanya sistem komputerisasi dapat mempercepat proses pembuatan penawaran yang sebelumnya dilakukan secara manual, data penjualan secara otomatis tersimpan ke dalam sistem, mempermudah dalam mengakses laporan penjualan, membuat pelanggan lebih mudah untuk mengetahui informasi barang dan harga, dapat menjadi sarana promosi dan testimoni terkait penjualan

REFERENASI

- [1] Adelia I.A, Anggita F. M Fatihul huda. *Sistem Informasi Manajemen Penjualan Boneka Berbasis E-Commerce Di kabupaten Tulungagung*. Jurnal Sistem Informasi. Universitas Tulungagung. 2022.
- [2] I.P.Y. Indrawan, K.K. Widiartha, P.G.S.C. Nugraha, G.S. Mahendra, I D.K.L. Digita. 2022. *Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Dan Piutang Berbasis Website Pada Toko Inti Alam*. Information System and Emerging Technology Journal. Vol. 3, No. 2, Desember 2022.
- [3] Nursuci Putri Husain. *Perancangan Sistem Manajemen Penjualan Motor Cash Dan Credit Berbasis Web (Studi Kasus Pada Toko Raya Motor Kota Parepare)*. Volume 16, Nomor 02, Universitas Islam Makasar. 2022.
- [4] Arif Aliyanto, Andri Wijaya Kedua. 2023. *Evaluasi Sistem Informasi Manajemen Penjualan Dengan Menggunakan Model End User Computing Satisfaction*. Jurnal Ilmiah Komputer. Kampus STMIK Banjarbaru.
- [5] Riyan Ardiyansyah, Mohammad Iwan Wahyuddin. 2022. *Sistem Informasi Penjualan Daging Menerapkan Model User Centered Design Berbasis Web*. Jurnal Media Informatika Budidarma. Volume 6, Nomor 2, Page 760-767. Universitas Nasional.
- [6] A. T. Muhammadfiq, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cetakan pertama. PT. Son Pedia Puclishing, 2023.
- [7] S. I. G. I, *Metode Penelitian Bidang Ilmu Informatika*, Cetakan Pertama. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- [8] ramdani fatwa, *Kuriositas metode ilmiah penelitian teknologi informasi*, Cetakan pertama. UB Press, 2019.
- [9] M. Nina Adlini, A. Hanifa Dinda, S. Yulinda, O. Chotimah, dan S. Julia Merliyana, "METODE PENELITIAN KUALITATIF STUDI PUSTAKA," 2022.
- [10] "10 Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian".
- [11] M. Y. Putra, R. Wahyudin, dan R. Lolly, "Sistem Aplikasi Penjualan Souvenir Berbasis Web Menggunakan Metode Rapid Application Development (RAD)," *INFORMATION SYSTEM FOR EDUCATORS AND PROFESSIONALS*, vol. 5, no. 2, hlm. 151–160, 2021.
- [12] M. Kasyif Gufran Umar *dkk.*, "IMPLEMENTASI METODE RAPID APLICATION DEVELOPMENT (RAD) DALAM RANCANGAN SISTEM INFORMASI PELAYANAN ADMINISTRASI," 2022. [Daring]. Tersedia pada: <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/teknoinfo/index>
- [13] M. Kasyif Gufran Umar *dkk.*, "IMPLEMENTASI METODE RAPID APLICATION DEVELOPMENT (RAD) DALAM RANCANGAN SISTEM INFORMASI PELAYANAN ADMINISTRASI," 2022. [Daring]. Tersedia pada: <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/teknoinfo/index>
- [14] W. A. N. G. I, *Analisis Swot Kajian perencanaan Model, strategi, dan pengembangan usaha*, Cetakan Pertama. 2018.
- [15] J. Ilmu Manajemen *dkk.*, "ANALISIS SWOT DALAM PERBANKAN: MENGUJI KEUNGGULAN DAN TANTANGAN," 2023. [Daring]. Tersedia pada: <https://malaqbipublisher.com/index.php/JIMBE>

