

**RANCANG BANGUN APLIKASI PENJUALAN FURNITURE  
MENGUNAKAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY DENGAN  
METODE RAD (STUDI KASUS: OURROOM)**

**Luthfi Azmi Sa'diyah<sup>1</sup>, Keysya Alifia Zabina<sup>2</sup>, Nasrul Fadhila  
Akbar<sup>3</sup>, Anindo Saka Fitri<sup>4</sup>**

UPN "Veteran" Jawa Timur

E-mail: [luthfiazmisadiyah@gmail.com](mailto:luthfiazmisadiyah@gmail.com)<sup>1</sup>,  
[keysyaalifiazabina@gmail.com](mailto:keysyaalifiazabina@gmail.com)<sup>2</sup>, [nasrulfadhila@gmail.com](mailto:nasrulfadhila@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[anindo.saka.si@upnjatim.ac.id](mailto:anindo.saka.si@upnjatim.ac.id)<sup>4</sup>

**Abstrak**

Teknologi informasi yang berkembang pesat telah membawa pengaruh yang signifikan ke berbagai aspek kehidupan dan industri e-Commerce adalah hasil dari transformasi lanskap bisnis yang didorong oleh kemajuan teknologi, khususnya dalam hal kemudahan akses internet. OURROOM merupakan kelompok usaha yang bergerak dalam pembuatan dan jual beli furniture. Proses bisnis dalam penjualan furniture oleh OURROOM saat ini masih menerapkan sistem tradisional atau door-to-door. Proses bisnis seperti ini dianggap tidak efektif untuk jangka panjang. Maka dari itu, pemanfaatan teknologi e-Commerce sangat diperlukan, dengan adanya e-Commerce kegiatan pemasaran akan menjadi lebih efisien. Customer dapat mengakses berbagai macam furniture yang dijual, berinteraksi dengan penjual, serta melakukan pemesanan dimanapun dan kapanpun. Untuk mendukung proses bisnis ini, diperlukan adanya rancangan aplikasi yang dapat membantu pemasaran furniture OURROOM. Model pengembangan sistem yang digunakan adalah Rapid Application Development (RAD) serta dilakukan pengujian dengan tools aplikasi Maze. Dari penelitian ini dihasilkan rancangan desain aplikasi yang diharapkan mampu untuk dikembangkan sehingga nantinya dapat membantu OURROOM dalam melakukan proses bisnis.

**Kata Kunci** — *rapid application development, e-commerce, furniture, maze.*

**Abstract**

*The rapidly growing information technology has brought significant influence to various aspects of life and the e-Commerce industry is in fact the result of the transformation of the business landscape driven by technological advances, especially in terms of easy internet access. OURROOM is a business group engaged in the manufacture and sale of furniture. The current business process in selling furniture by OURROOM still applies the traditional system or door-to-door. This business process is considered ineffective for the long term. Therefore, the utilization of e-Commerce technology is needed, with e-Commerce marketing activities will become more efficient. Customers can access various kinds of furniture sold, interact with sellers, and place orders anywhere and anytime. To support this business process, an application design is needed that can help marketing OURROOM furniture. The system development model used is Rapid Application Development (RAD) and testing with Maze application tools. This research creates an application design that is expected to be able to be developed in order to help OURROOM in performing business processes.*

**Keyword** — *rapid application development, e-commerce, furniture, maze.*

## 1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi yang bergerak pesat telah membawa dampak besar ke berbagai aspek kehidupan, terutama di era revolusi industri 4.0. Transformasi ini tidak hanya mempengaruhi cara individu berinteraksi dengan informasi, tetapi juga menciptakan peluang baru untuk berinovasi di berbagai sektor.

Indonesia, sebagai bagian dari masyarakat global, telah menanggapi perubahan ini dengan memasuki era revolusi 4.0, di mana internet memainkan peran utama dalam menghubungkan individu, perusahaan, dan pemerintah. Internet yang semakin canggih dan cepat menjadi salah satu kebutuhan pokok bagi masyarakat Indonesia. Cakupan internet yang luas tidak hanya memberikan kemudahan dalam mengakses informasi secara online, tetapi juga membuka pintu bagi berbagai peluang ekonomi dan bisnis yang merupakan salah satu sektor krusial yang menjalankan peran sentral dalam menjalankan suatu negara atau pemerintahan.

Industri e-commerce merupakan hasil dari transformasi lanskap bisnis yang didorong oleh kemajuan teknologi, khususnya dalam hal kemudahan akses internet. Seiring dengan kemampuan internet yang semakin canggih, industri e-commerce telah mampu menyediakan platform yang memungkinkan konsumen untuk menjalankan transaksi secara cepat dan efisien, mengubah paradigma tradisional berbelanja.

Data yang disampaikan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2022 menyatakan perkembangan yang signifikan dalam sektor e-commerce di Indonesia. Dengan jumlah usaha e-commerce yang diperkirakan 2.995.986, dari 8,89 persen usaha e-commerce dikategorikan sebagai pelaku bisnis yang secara langsung menerima pesanan atau melakukan penjualan online dan beroperasi secara komersial sejak tahun tersebut[1]. Hal ini mencerminkan adopsi yang kuat terhadap model bisnis e-commerce, di mana pelaku bisnis mengakui potensi dan manfaat dari menjalankan operasi online secara langsung.

Dengan menggunakan teknik bisnis tradisional door-to-door, OURROOM dapat memanfaatkan model e-commerce untuk mengubah cara mereka berinteraksi dengan customer. Langkah ini juga memberikan OURROOM kesempatan untuk memanfaatkan strategi pemasaran digital dan analisis data untuk menargetkan audiens yang tepat, dan juga meningkatkan visibilitas merek. Dengan beralih menjadi e-commerce, OURROOM dapat terlibat dalam komunitas online, mendengarkan umpan balik pelanggan, dan terus beradaptasi dengan tren dan kebutuhan pasar. Selain memanfaatkan perkembangan tren bisnis digital melalui e-commerce, kami juga merancang penggunaan teknologi berbasis Augmented Reality (AR) agar OURROOM dapat bersaing dengan kelompok usaha lain sebelumnya.

Pembuatan aplikasi jual beli online OURROOM berbasis mobile augmented reality ini selain dapat meningkatkan visibilitas merek, dan menciptakan hubungan yang lebih erat dengan customer, namun juga dapat memberikan gambaran dari implementasi perkembangan teknologi bisnis digital juga teknologi berbasis Augmented Reality (AR) dan harapannya adalah aplikasi ini akan berperan sebagai alat bantu dalam meningkatkan performa bisnis jual beli furniture OURROOM yang telah diterapkan dan berjalan sebelumnya.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini meliputi langkah-langkah atau tahapan yang diambil oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi serta melakukan analisis atas data tersebut [7]:

## **Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

### **1. Observasi**

Pada penelitian ini, observasi dilakukan di Jalan Mayjend Sungkono, Mojokerto yang merupakan kantor dari OURROOM. Kegiatan ini dilakukan untuk mengamati proses bisnis yang telah dijalankan oleh OURROOM, mulai dari proses pembuatan hingga hasil akhir dari furniture yang nantinya akan dikirimkan ke customer.

### **2. Wawancara**

Agar data yang dikumpulkan lebih padat dan akurat maka diperlukan wawancara langsung dengan pemilik usaha OURROOM yaitu Rafish Jadwa Ramadhan. Wawancara ini dilakukan agar kami dapat mengetahui proses bisnis yang telah diterapkan dalam penjualan furniture.

### **3. Studi Literatur**

Setelah observasi dan wawancara dilakukan, selanjutnya kami melakukan studi literatur dengan mencari jurnal maupun artikel yang terkait atau berhubungan dengan penelitian ini agar dapat digunakan sebagai acuan.

## **Model Pengembangan Sistem**

Dalam pengembangan aplikasi, penelitian menggunakan metode Rapid Application Development (RAD). Metode RAD sendiri memiliki beberapa tahap yang lebih fleksibel, cepat, efisien, serta efektif dalam menemukan permasalahan. Adapun beberapa tahap metode RAD adalah sebagai berikut [8]:

### **1. Perencanaan Kebutuhan**

Langkah awal dalam pengembangan sistem, yaitu identifikasi masalah dan mengumpulkan data yang diperoleh dari pertemuan dengan pemilik usaha dari OURROOM. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi tujuan dari sistem serta kebutuhan yang diinginkan.

### **2. Desain Sistem**

Langkah selanjutnya yakni desain. Proses ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kepuasan pengguna. Sebelum melakukan perancangan interface, diperlukan adanya sebuah rancangan sistem. Rancangan sistem digambarkan dengan diagram flowchart sistem dan data flow diagram untuk menunjukkan interaksi pengguna dengan sistem.

### **3. Proses Pengembangan**

Tahap ini merupakan tahap pembuatan sistem yang sudah direncanakan dengan mulai merancang desain interface pengguna dan menyusun kode program.

### **4. Implementasi**

Tahap ini adalah pengujian keseluruhan sistem yang telah dirancang dengan menguji setiap komponen agar dapat mengurangi risiko kegagalan sistem.

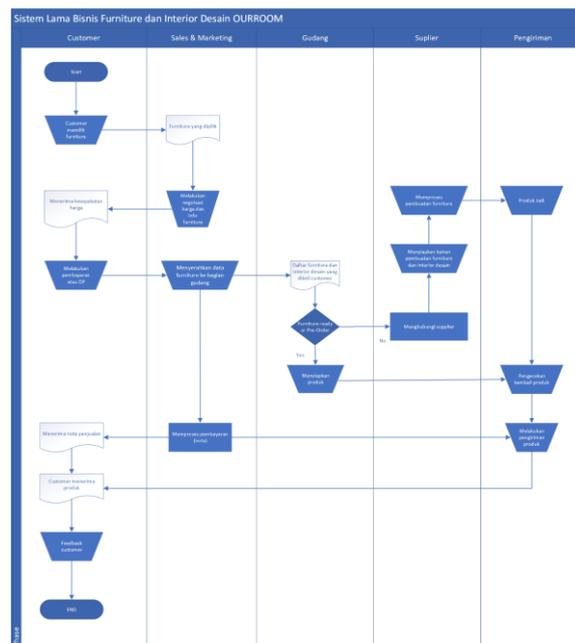
## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan pada bagian pendahuluan, pada Hasil dan Pembahasan, penulis akan membahas mengenai sistem yang diusulkan, yaitu dengan menggunakan metode perancangan mobile application agar memudahkan pelanggan dalam memilih produk, menggunakan fitur AR, serta pada saat proses transaksi pembelian.

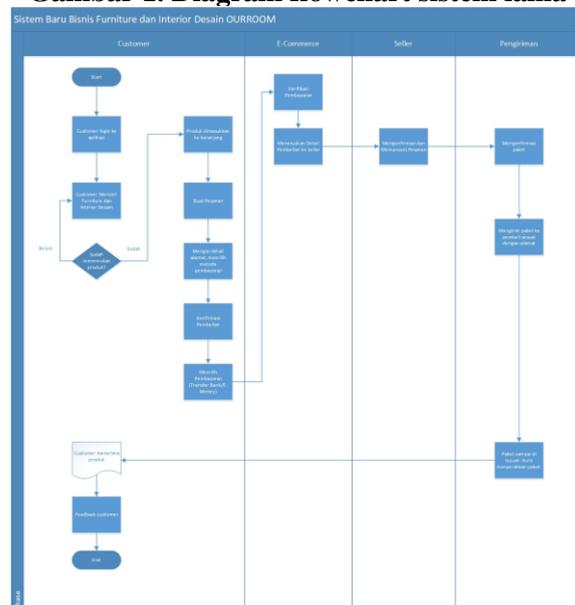
### **Diagram Flowchart**

Diagram alir, juga dikenal sebagai diagram flowchart, adalah metode analitis bergambar yang digunakan untuk menjelaskan beberapa komponen sistem informasi dengan menunjukkan urutan hubungan antara proses [9]. Tujuan menggunakan diagram flowchart adalah untuk membuat urutan proses kegiatan suatu sistem lebih jelas dan membuatnya lebih mudah untuk menambahkan proses tambahan. Berikut adalah diagram flowchart yang menunjukkan sistem penjualan furniture OURROOM sebelumnya dan sistem terbaru yang

akan kami buat:



**Gambar 1. Diagram flowchart sistem lama**

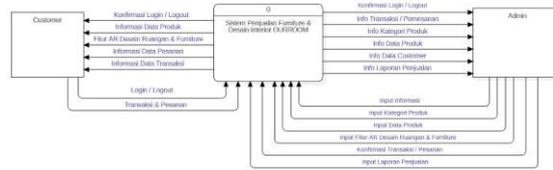


**Gambar 2. Diagram flowchart sistem baru**

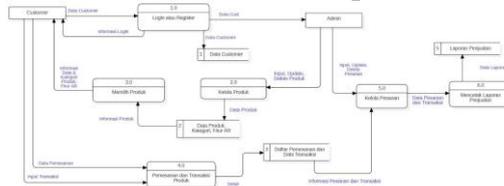
**Diagram Aliran Data**

Diagram aliran data juga dikenal sebagai Data Flow Diagram (DFD) adalah diagram yang menggunakan notasi untuk menunjukkan alur data sistem. DFD dapat membantu dalam memahami proses kerja sistem secara logis, jelas dan terstruktur. Permasalahan atau kelemahan dalam proses bisnis akan mudah diidentifikasi apabila menggunakan DFD, sehingga perbaikan yang diperlukan dapat segera dilakukan. Data Flow Diagram (DFD) sendiri dibagi menjadi beberapa tingkatan. Tingkat tertinggi dikenal sebagai context diagram, yang menunjukkan sistem secara keseluruhan dengan satu proses bernomor 0. Tingkat berikutnya adalah diagram level 0, yang merupakan penjabaran dari context diagram dan terdiri dari proses yang memberikan gambaran sistem yang lebih jelas. Proses-proses ini

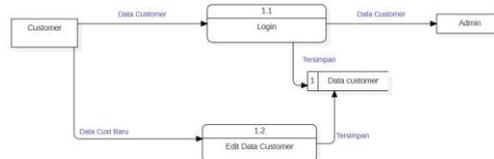
dapat dilanjutkan ke diagram level 1 untuk memberikan penjelasan lebih lanjut tentang sistem. Jika diperlukan, proses-proses ini dapat dilanjutkan ke diagram level 2, dan seterusnya hingga sistem telah dijelaskan secara menyeluruh [10].



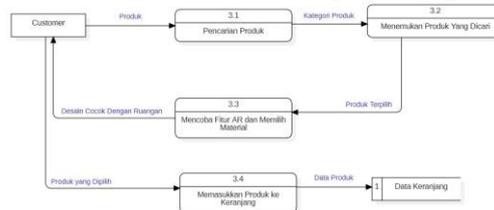
Gambar 3. DFD level 0 ~ sistem aplikasi OURROOM



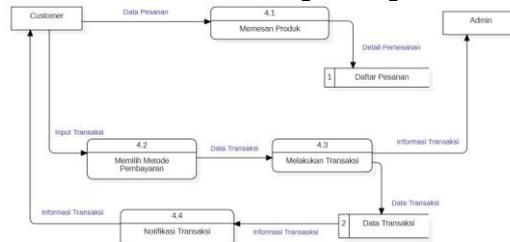
Gambar 4. DFD level 1 ~ menu dan fitur aplikasi



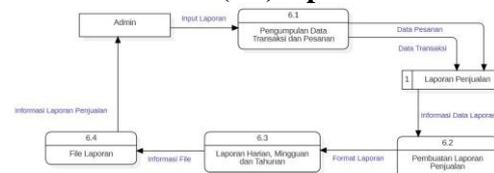
Gambar 5. DFD level 2 (1.0) ~ proses login aplikasi



Gambar 6. DFD level 2 (3.0) ~ proses pemilihan produk



Gambar 7. DFD level 2 (4.0) ~ proses transaksi produk

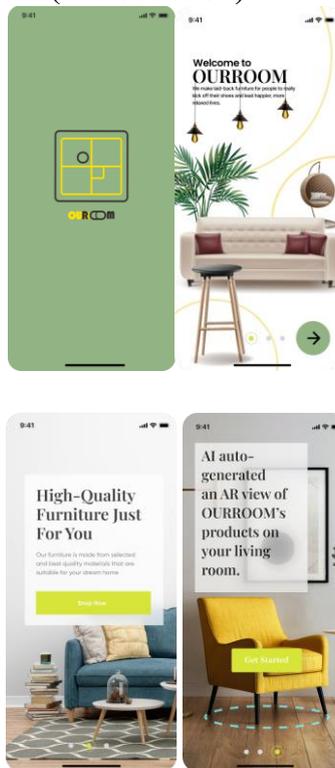


Gambar 8. DFD level 2 (5.0) ~ proses admin mengelola laporan penjualan Desain Antarmuka Pengguna

Desain antarmuka pengguna atau User Interface (UI) merupakan tahap pembuatan rancangan tampilan aplikasi OURROOM mengikuti diagram alur yang telah diusulkan agar

sesuai dengan kebutuhan pengguna.

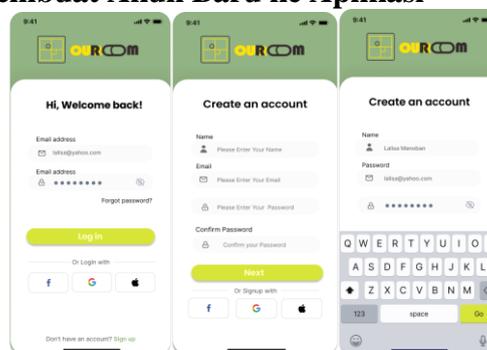
### a. Tampilan Awal Masuk Aplikasi (Introduction)



**Gambar 9. Tampilan awal aplikasi**

Halaman ini merupakan antarmuka pertama yang ditampilkan oleh aplikasi OURROOM. Halaman ini didesain dengan modern dan elegan, juga disertakan paduan kata yang persuasif yang diharapkan dapat menarik minat dan perhatian customer untuk menggunakan aplikasi OURROOM sebagai opsi dalam membeli furniture/perabot rumah tangga.

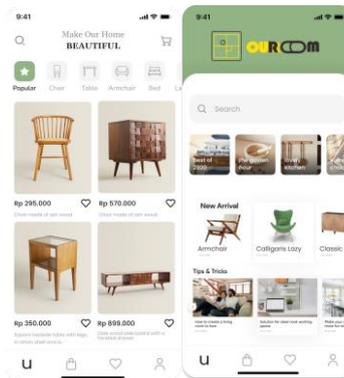
### b. Halaman Login dan Membuat Akun Baru ke Aplikasi



**Gambar 10. Halaman login dan membuat akun baru**

Setelah Halaman Introduction, pengguna akan diarahkan menuju Halaman Login. Customer diwajibkan mengisi form username dan password yang telah didaftarkan sebelumnya. Apabila customer ternyata masih belum terdaftar atau baru pertama kali menggunakan aplikasi, maka tekan button Sign Up dan selanjutnya pengguna akan ditampilkan halaman Create an Account. Form Create an Account berisi data diri yang harus diisi oleh customer.

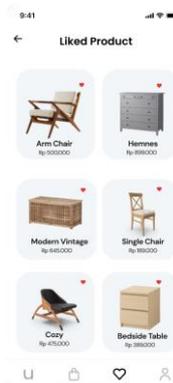
### c. Halaman Menu Utama



**Gambar 11. Halaman menu utama aplikasi OURROOM**

Pada halaman utama, customer dapat memilih kategori produk yang diinginkan, juga dapat melihat beberapa produk populer beserta dengan harga dan informasi dari produk. Selain itu, customer dapat mencari produk atau kategori produk yang diinginkan. Customer dapat menekan button searching. Kemudian customer akan mengetikkan nama produk yang dicari. Fitur searching juga menyediakan berbagai informasi tentang furniture, tips and trick tentang furniture serta new arrival atau produk yang baru ditambahkan ke dalam aplikasi.

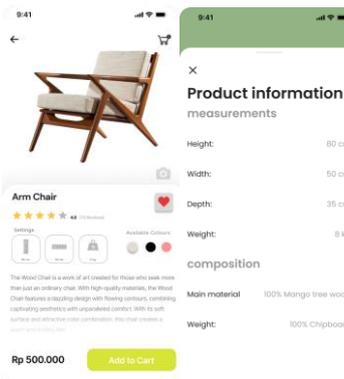
### d. Halaman Produk Disukai



**Gambar 12. Halaman produk disukai**

Aplikasi ini juga memudahkan customer saat ingin menambahkan suatu produk ke dalam daftar yang disukai. Customer hanya perlu menekan button 'like' yang berada di pojok kanan atas produk. Jika button 'like' sudah berubah warna menjadi merah maka produk tersebut sudah masuk ke fitur 'liked product'.

### e. Halaman Produk dan Informasi Produk



**Gambar 13. Halaman produk dan informasi produk**

Pada halaman ini, customer akan ditampilkan rincian dari produk yang dipilih. Rincian tersebut meliputi harga, warna, ukuran, berat, hingga material apa yang digunakan pada produk tersebut. Halaman rincian produk juga dapat menampilkan rating produk yang dapat dilihat apabila customer menekan button 'Reviews', kemudian akan ditampilkan persentase rating juga testimoni dari para customer lain. Customer juga dapat menekan button 'Setting' untuk custom ukuran produk. Jika ingin mengetahui warna yang tersedia dari produk, customer dapat menekan button 'available colours'. Dan yang paling penting, customer dapat menggunakan fitur AR dengan menekan button berlogo kamera pada sudut kanan bawah tampilan produk.

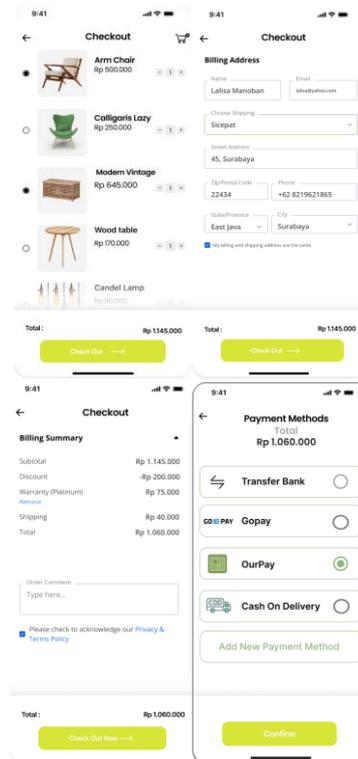
**f. Tampilan Penggunaan Fitur AR**

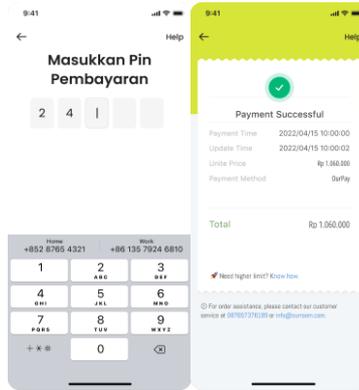


**Gambar 14. Tampilan fitur AR**

Halaman ini menampilkan gambaran penggunaan fitur AR pada aplikasi OURROOM. Penggunaan fitur ini adalah dengan customer mengarahkan kamera dari ponsel ke sudut ruangan yang kosong atau ingin diisi oleh perabot, maka AR dari produk yang tadi telah dipilih akan muncul dan customer dapat menyesuaikan apakan produk terlihat serasi dengan suasana ruangan.

**g. Halaman Transaksi Produk**

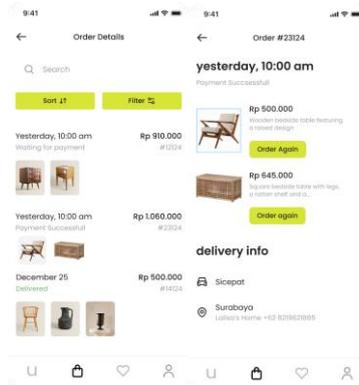




**Gambar 15. Halaman transaksi produk**

Halaman ini akan ditampilkan apabila customer telah yakin untuk melakukan transaksi produk. Setelah memilih produk yang akan dibayar, customer perlu mengisi rincian alamat pribadi untuk pengiriman barang, kemudian akan diarahkan menuju halaman ‘Check Out’ yang menampilkan rincian total pembayaran. Selanjutnya, customer dapat memilih beberapa opsi untuk melakukan pembayaran. Dan terakhir apabila transaksi berhasil, customer akan mendapat konfirmasi dari sistem ‘Payment Successful’.

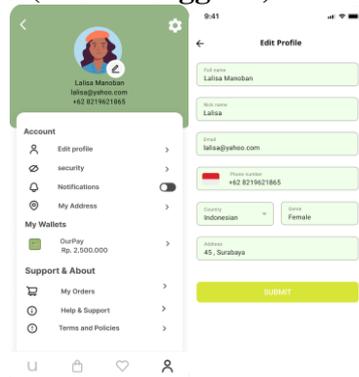
**h. Halaman Rincian Daftar Pembelian**



**Gambar 16. Halaman rincian pembelian**

Halaman ini menampilkan rincian dari pembelian/transaksi yang sedang atau telah dilakukan.

**i. Halaman Informasi Pengguna (Profil Pengguna)**



**Gambar 17. Halaman profil pengguna**

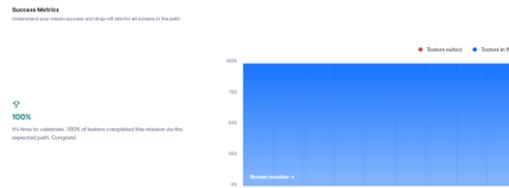
Halaman ini berisi biodata dari customer juga beberapa fitur utility penunjang sistem. Customer dapat mengubah biodata yang telah diisi sebelumnya pada halaman ini.

## Pengujian

Pada tahap pengujian, kami menggunakan aplikasi Maze sebagai tools untuk mengetahui keberhasilan dari antarmuka yang telah dirancang. Pengujian ini menampilkan beberapa kriteria diantaranya, Success Metrics, Usability Breakdown, dan Optimal Path Analysis. Pengujian dilakukan secara online dan disebarakan kepada total 16 responden dengan mengerjakan beberapa tugas tertentu yang diberikan ketika berinteraksi dengan aplikasi.

### Login Account

#### A. Success Metrics



**Gambar 18. Success Metrics**

### Login Account

Pada gambar di atas menunjukkan success metrics untuk halaman login account adalah 100% dari total 16 responden. Seperti yang diharapkan, responden berhasil menyelesaikan tugas.

#### B. Usability Breakdown

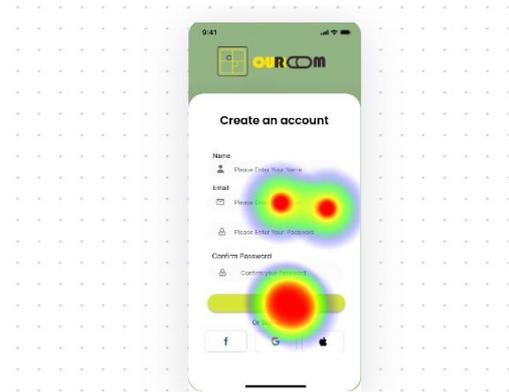


**Gambar 19. Usability Breakdown**

### Login Account

Gambar di atas menunjukkan usability breakdown yang didapatkan dari usability testing pada halaman login account. Pada layar 1-4 dan layar 6-9 nilai usability adalah 100 dengan rata-rata waktu responden untuk mengerjakan tugas yakni 1-5 detik dan 0% misclick. Pada layar 5 nilai usability yang diperoleh adalah 84 dengan rata-rata waktu responden untuk mengerjakan selama 3 detik dan 33% misclick.

#### C. Optimal Path Analysis



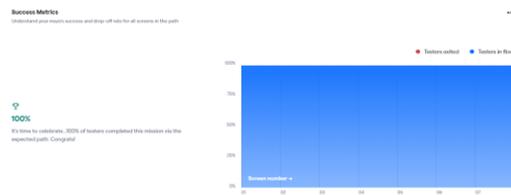
**Gambar 20. Optimal Path Analysis**

### Login Account

Gambar di atas menunjukkan bahwa dalam layar 5 di kolom email dan next memiliki warna merah yang kuat. Ini menunjukkan bahwa responden sering menekan bagian tersebut.

## Melihat Dan Memilih Produk

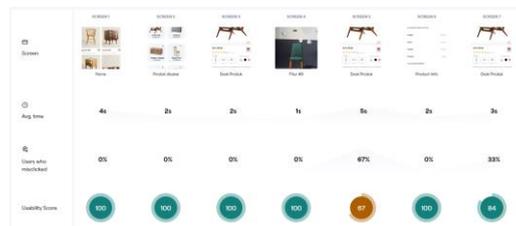
### A. Success Metrics



**Gambar 21. Success Metrics Melihat dan Memilih Produk**

Pada gambar di atas menunjukkan success metrics untuk halaman melihat dan memilih produk adalah 100% dari total 16 responden. Seperti yang diharapkan, responden berhasil menyelesaikan tugas.

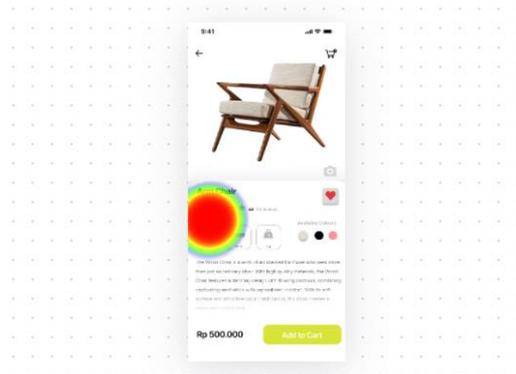
### B. Usability Breakdown



**Gambar 22. Usability Breakdown Melihat dan Memilih Produk**

Gambar di atas menunjukkan usability breakdown yang didapatkan dari usability testing pada halaman melihat dan memilih produk. Pada layar 1-4 dan 6 nilai usability yang diperoleh sebesar 100 dengan rata-rata waktu responden untuk mengerjakan tugas yakni 1-4 detik dan 0% misclick. Pada layar 5 nilai usability yang diperoleh sebesar 67 dengan rata-rata waktu responden untuk mengerjakan selama 5 detik dan 67% misclick. Pada layar 7 nilai usability yang diperoleh sebesar 84 dengan rata-rata waktu responden untuk mengerjakan yakni 3 detik dan 33% misclick.

### C. Optimal Path Analysis

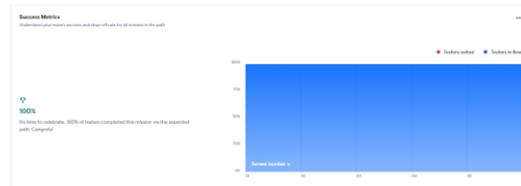


**Gambar 23. Optimal Path Analysis Melihat dan Memilih Produk**

Gambar diatas menunjukkan bahwa pada layar 5 di bagian setting produk, memiliki warna merah dan besar yang menandakan bahwa responden sering menekan bagian tersebut. Dengan hasil misclick 67% maka dilakukan pengoptimalan produk terhadap layar tersebut.

## Checkout Produk

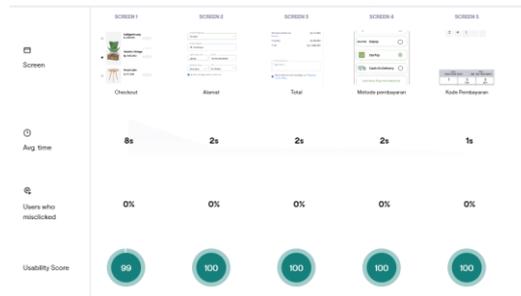
### A. Success Metrics



**Gambar 24. Success Metrics Checkout Produk**

Pada gambar di atas menunjukkan success metrics untuk halaman checkout produk adalah 100% dari total 16 responden. Seperti yang diharapkan, responden mampu menyelesaikan tugas yang diberikan.

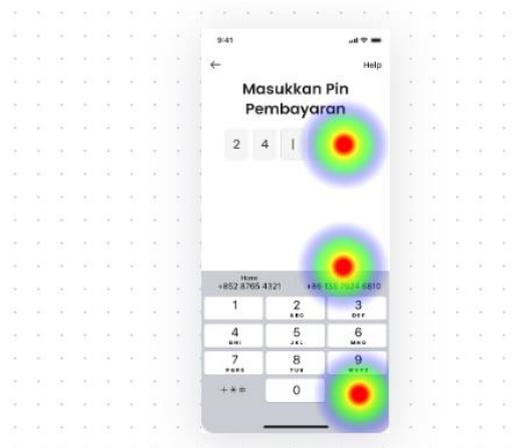
### B. Usability Breakdown



**Gambar 25. Usability Breakdown Checkout Produk**

Gambar di atas menunjukkan usability breakdown yang didapatkan dari usability testing pada halaman checkout produk. Pada layar 1 nilai usability yang diperoleh sebesar 99 dengan rata-rata waktu responden untuk mengerjakan selama 8 detik dan 0% misclick. Layar 2-5 nilai usability yang diperoleh sebesar 100 dengan rata-rata waktu responden untuk mengerjakan yakni 1-2 detik dan 0%

### C. Optimal Path Analysis

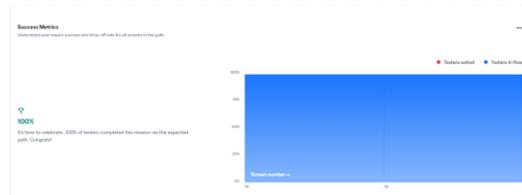


**Gambar 26. Optimal Path Analysis Checkout Produk**

Layar 5 pada menu memasukan pin pembayaran, memiliki warna merah dan besar yang menunjukkan bahwa responden sering menekan bagian tersebut.

## Detail Order

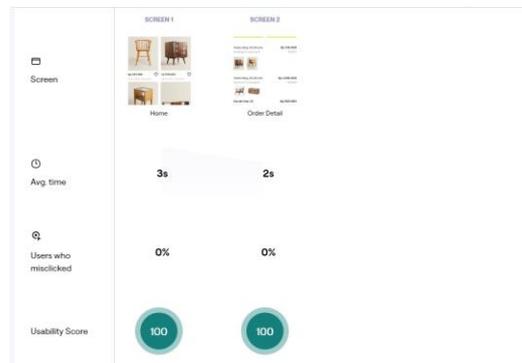
### A. Success Metrics



**Gambar 27. Success Metrics Detail Order**

Pada halaman detail order, success metrics yang dihasilkan adalah 100% dari total 16 responden. Responden berhasil menyelesaikan tugas sesuai perintah pengerjaan.

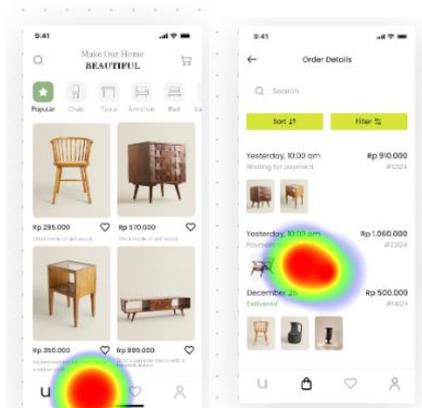
### B. Usability Breakdown



**Gambar 28. Usability Breakdown Detail Order**

Gambar di atas menunjukkan usability breakdown yang didapatkan dari usability testing pada halaman detail order. Pada layar 1 dan 2 nilai usability yang diperoleh sebesar 100 dengan rata-rata waktu responden untuk mengerjakan sebanyak 2-3 detik dan 0% misclick.

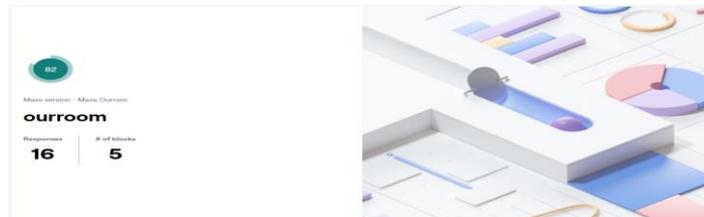
### C. Optimal Path Analysis



**Gambar 29. Optimal Path Analysis Detail Order**

Pada gambar diatas, layar 5 pada homepage untuk melihat order detail, menunjukkan warna merah yang mana menunjukkan bahwa responden sering menekan bagian tersebut.

### Total Usability Score



### Gambar 30. Total Usability Score

#### 4. KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian dapat disimpulkan, bahwa sistem penjualan furniture dari OURROOM yang saat ini masih manual (door-to-door) memerlukan sistem dengan basis aplikasi seluler (mobile application) agar lebih mudah untuk diakses dan dikomersilkan, serta dapat memberikan rincian informasi dari produk dan persediaan produk kapanpun dan dimanapun. Tampilan antarmuka pengguna dari aplikasi ini didesain menggunakan aplikasi Figma. Pengembangan dan perancangan sistem aplikasi penjualan furniture OURROOM menggunakan metode RAD karena hanya memerlukan waktu yang singkat dalam pengerjaan model, perubahan model, dan desain ini dapat disesuaikan dengan flexibel sesuai kebutuhan pengguna serta dapat memberikan solusi bagi pelaku usaha OURROOM khususnya untuk admin dalam mengelola data dan laporan penjualan, yang dapat mengurangi kesalahan saat proses penginputan data yang dilakukan secara manual. Serta dapat mempermudah dan mempercepat kerja admin dalam mengelola informasi produk serta bisa mendapatkan laporan dengan cepat, tepat, dan akurat, dengan begitu dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam mengelola laporan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa aplikasi OURROOM memiliki desain dan navigasi yang jelas serta mudah dipahami oleh pengguna.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. L. Kumatrisna, K. Amri, L. Anggraini, T. Sutarsih, and V. C. Wulandari, *Statistik eCommerce 2022/2023*. Badan Pusat Statistik, 2023.
- [2] E. Widiyanto, "PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI," *Journal of Education and Teaching*, vol. 2, no. 2, p. 213, Aug. 2021, doi: 10.24014/jete.v 2i2.11707.
- [3] Y. Irawan, U. Rahmalisa, R. Wahyuni, and Y. Devis, "Sistem Informasi Penjualan Furniture Berbasis Web Pada CV. Satria Hendra Jaya Pekanbaru," *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, vol. 1, no. 2, pp. 150–159, Aug. 2019, doi: 10.35746/jtim.v 1i2.4.
- [4] Y. Suhaety, M. Mulyati, and M. Fadillah, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mebel Samawa di Kandai 2 Kecamatan Woja," *Ainara Journal (Jurnal Penelitian dan PKM Bidang Ilmu Pendidikan)*, vol. 2, no. 3, pp. 281–287, Aug. 2021, doi: 10.54371/ainj.v 2i3.93.
- [5] A. D. Putra, M. R. D. Susanto, and Y. Fernando, "Penerapan MDLC Pada Pembelajaran Aksara Lampung Menggunakan Teknologi Augmented Reality," *CHAIN: Journal of Computer Technology, Computer Engineering, and Informatics*, vol. 1, no. 2, pp. 32–34, 2023.
- [6] M. A. R. Sikumbang, R. Habibi, and S. F. Pane, "Sistem Informasi Absensi Pegawai Menggunakan Metode RAD dan Metode LBS Pada Koordinat Absensi," *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, vol. 4, no. 1, p. 59, Jan. 2020, doi: 10.30865/mib.v 4i1.1445.
- [7] N. Hidayat and K. Hati, "Penerapan Metode Rapid Application Development (RAD) dalam Rancang Bangun Sistem Informasi Rapor Online (SIRALINE)," *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 10, no. 1, pp. 8–17, Feb. 2021, doi: 10.51998/jsi.v 10i1.352.
- [8] A. Puji Ikawati and V. Arinal, "Penerapan Metode RAD dalam Sistem Persediaan Barang Berbasis Web pada PT. Agree Progress International di Jakarta Barat," *Jurnal Sosial Teknologi*, vol. 1, no. 8, pp. 875–886, Aug. 2021, doi: 10.59188/journalsostech.v 1i8.175.
- [9] Z. Tuasamu et al., "Analisis Sistem Informasi Akuntansi Siklus Pendapatan Menggunakan DFD Dan Flowchart Pada Bisnis Porobico," *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, vol. 1, no. 2, pp. 495–510, 2023.

- [10] L. M. W. Satyaninggrat, P. D. N. Hamijaya, and K. Rahmah, "Analisis Pemodelan Data Flow Diagram pada Sistem Basis Data Wisata Kuliner di Kota Balikpapan," *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, vol. 3, no. 2, pp. 236–246, Oct. 2023, doi: 10.57152/malcom.v3i2.920.
- [11] R. N. Fadilah and D. Sweetania, "PERANCANGAN DESIGN PROTOTYPE UI/UX APLIKASI RESERVASI RESTORAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING," *Jurnal Ilmiah Teknik*, vol. 2, no. 2, pp. 132–146, May 2023, doi: 10.56127/juit.v2i2.826.