



SISTEM INFORMASI *E-BUSINESS* PRODUK THERASKIN BERBASIS WEB (STUDI KASUS EVI SHOP)

Susi Widiani, Kasmi, Dlofa Roziq Roihansyah

Prodi Sistem Informasi, Institut Bakti Nusantara, Lampung

Prodi Manajemen Informatika, Institut Bakti Nusantara, Lampung

Prodi Bisnis Digital, Institut Bakti Nusantara, Lampung

Jalan Wisma Rini, No.09 Pringsewu, Lampung, Indonesia

E-Mail: susiwidiani12@gmail.com, kasmise@gmail.com, dlofa@gmail.com

Article history:

Received: March 22, 2025

Revised: March 28, 2025

Accepted: April 9, 2025

Corresponding authors

susiwidiani12@gmail.com

Keywords:

E-Business;

Waterfall;

PHP;

MySQL;

Evi shop.

Abstract

This research addresses the challenges faced by Evi Shop, a business specializing in the sale of Theraskin products, where traditional methods of promotion and transaction—such as printed media and offline events—have become less effective due to increasing customer demand. To overcome this problem, the study aims to develop a web-based E-Business Information System in the form of an online store that streamlines transactions, promotions, and product ordering. The system development follows the Waterfall method, encompassing stages such as system analysis, design, implementation, operation, and maintenance. Data collection methods include observation, interviews, and literature review. The website application is developed using PHP as the programming language, Dreamweaver for interface design, and MySQL as the database. The result shows that the newly developed system significantly improves the efficiency and effectiveness of transaction and promotion processes. It also enhances customer convenience by enabling online purchasing and supports the business in expanding its market reach. This system is expected to contribute positively to the digital transformation of small businesses like Evi Shop, while also offering added value to customers through easier access to skincare products online.



This is an open access article under the CC–BY–SA license.

I. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi telah menciptakan berbagai media terutama dalam membantu proses pengolahan data yang memberikan kemudahan. Salah satu teknologi tersebut adalah komputer, yang digunakan untuk membantu menghasilkan informasi secara efektif dan efisien. Tidak hanya dalam pengolahan data, komputer juga mampu memecahkan masalah dalam bidang pemasaran yang memberikan

informasi yang meluas sehingga mampu untuk diakses pelanggan tetap maupun masyarakat luas.

Setiap pengusaha memiliki cara-cara tersendiri untuk menarik simpati pelanggan, salah satunya dengan adanya toko online. Toko online adalah salah satu cara pemasaran yang dipilih dengan memanfaatkan teknologi internet. Toko online memudahkan pembeli dalam segi efisien waktu. Dalam dunia perdagangan, aplikasi web akan dapat menyelesaikan permasalahan yang ada. Pembeli tidak perlu datang langsung lagi ke toko untuk membeli barang tersebut, tetapi hanya dengan memesan sesuatu barang dari internet barang tersebut bisa langsung diperoleh. Oleh karena itu penulis mencoba merancang aplikasi web yang bertujuan untuk membantu memperlancar proses penjualan yang dilakukan di Evi shop, serta diharapkan sistem penjualan online ini dapat mengoptimalkan proses penjualan dan mempermudah proses transaksi yang terjadi Evi shop.

Evi shop beralamatkan di Jl. Raya Kota Baru Padang Ratu Kabupaten Lampung Tengah. Evi shop memiliki produk yang bergerak di bidang penjualan theraskin. Selama ini proses penjualan berasal dari sistem promosi yang kurang meluas dan hanya menggunakan brosur dan di toko tersebut, sehingga penyampaian informasi ke pelanggan belum optimal. Penjualan theraskin dilakukan secara lokal, dan jika ada informasi baru tentang barang baru perubahan harga dan promo produk belum bisa di sampaikan secara cepat kepada pelanggan.

Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah kurang optimalnya proses pemasaran dan penjualan produk Theraskin pada Evi Shop yang masih bersifat manual dan mengandalkan media sosial secara terbatas. Hal ini menyebabkan keterbatasan jangkauan pasar, tidak adanya sistem manajemen stok dan transaksi yang terintegrasi, serta kesulitan pelanggan dalam melakukan pembelian secara langsung. Selain itu, absennya sistem pencatatan data penjualan dan konsumen secara otomatis menghambat pemilik usaha dalam mengambil keputusan berbasis data. Dengan perkembangan tren digitalisasi dan e-commerce, kebutuhan akan sistem informasi e-business yang mampu mengelola operasional secara efisien dan profesional menjadi sangat mendesak.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pengembangan sistem e-business berbasis web yang dirancang khusus untuk produk Theraskin di UMKM seperti Evi Shop, dengan fitur-fitur yang disesuaikan seperti katalog produk, pemesanan online, manajemen stok, notifikasi transaksi, dan laporan penjualan otomatis. Sistem ini tidak hanya bertindak sebagai media penjualan, tetapi juga sebagai alat strategis untuk pengambilan keputusan berbasis data penjualan real-time. Hal ini berbeda dari penelitian sebelumnya yang umumnya masih fokus pada sistem informasi penjualan konvensional atau e-commerce umum tanpa personalisasi pada jenis produk skincare seperti Theraskin.

Penelitian oleh Astuti & Wibowo (2021) menunjukkan bahwa sistem informasi berbasis web sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM dan memperluas jangkauan pasar. Sementara itu, studi dari Putri et al. (2020) menyimpulkan bahwa e-business yang terintegrasi mampu meningkatkan kepuasan pelanggan karena kemudahan akses dan

kecepatan pelayanan. Penelitian ini memperkuat urgensi digitalisasi usaha mikro seperti Evi Shop dan sekaligus menunjukkan kontribusi inovatifnya dengan menyesuaikan sistem terhadap kebutuhan spesifik produk kecantikan berbasis skincare. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi celah teknologi pada sektor UMKM, tetapi juga menyesuaikannya dengan konteks kebutuhan pasar niche Theraskin.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan sistem informasi e-business berbasis web untuk mempromosikan barang dan aksesorisnya sehingga meningkatkan penjualan barang yang ada di Evi Shop serta memudahkan konsumen memperoleh informasi mengenai barang yang ditawarkan Evi shop melalui web.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Berikut penjelasan tentang teknik pengumpulan data:

1. Observasi

Narbuko (2013:70) mengatakan, "Observasi adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki". Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan, pencatatan, dan pengumpulan data atau dokumen-dokumen di Evi shop.

2. Dokumentasi

Winarno (2012:56) mengatakan, "Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam subjek penelitian". Metode ini dilakukan dengan cara mendokumentasikan hal-hal yang berkaitan dengan penjualan, penyebaran informasi dan kegiatan-kegiatan yang berlangsung pada Evi shop.

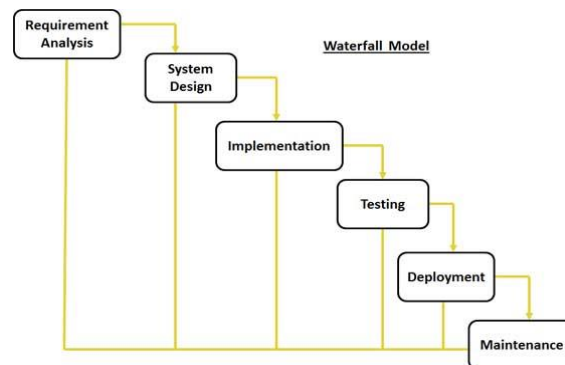
3. Studi Pustaka

Ruslijanto (2012:22) mengatakan, "Studi pustaka adalah semua bahan diperoleh dari buku-buku jurnal atau internet". Metode pengumpulan data dengan cara penulis mempelajari referensi-referensi, modul dan catatan kuliah yang berhubungan dengan pembahasan Aplikasi E-Business.

2.2. Model Perancangan

Metode perancangan sistem dalam penulisan ini adalah dengan menggunakan metode waterfall atau sering juga disebut air terjun adalah sebuah metode dalam pengembangan sistem yang dilakukan untuk membuat pembaruan sistem yang berjalan. Metode pengembangan sistem merupakan proses mengembangkan atau mengubah suatu sistem perangkat lunak dengan menggunakan metode-metode atau model-model yang digunakan orang untuk mengembangkan sistem-sistem perangkat lunak sebelumnya dengan memiliki alur hidup perangkat lunak secara

sekuensial atau terurut, untuk gambarannya dapat di ilustrasikan seperti gambar berikut ini:



Gambar 1. Model Waterfal

Tahapan berurutan dalam model *Waterfall* adalah:

1. Persyaratan Pengumpulan dan analisis: Semua persyaratan yang mungkin dari sistem yang akan dikembangkan ditangkap dalam fase ini dan didokumentasikan dalam spesifikasi kebutuhan doc.
2. Desain Sistem: Spesifikasi kebutuhan dari tahap pertama yang dipelajari dalam fase dan sistem ini desain disiapkan. Desain Sistem membantu dalam menentukan perangkat keras dan persyaratan sistem dan juga membantu dalam mendefinisikan arsitektur sistem secara keseluruhan.
3. Pelaksanaan: Dengan masukan dari desain sistem, sistem ini pertama kali dikembangkan dalam program kecil yang disebut unit, yang terintegrasi dalam fase berikutnya. Setiap unit dikembangkan dan diuji untuk fungsionalitas yang disebut sebagai Unit Testing.
4. Integrasi dan Pengujian: Semua unit yang dikembangkan dalam tahap implementasi yang terintegrasi ke dalam sistem setelah pengujian masing-masing unit. Integrasi pasca seluruh sistem diuji untuk setiap kesalahan dan kegagalan.
5. Deployment sistem: Setelah pengujian fungsional dan non fungsional dilakukan, produk ini digunakan dalam lingkungan pelanggan atau dilepas ke pasaran.
6. Pemeliharaan: Ada beberapa masalah yang muncul dalam lingkungan klien. Untuk memperbaiki masalah patch dilepaskan. Juga untuk meningkatkan produk beberapa versi yang lebih baik dilepaskan. Pemeliharaan dilakukan untuk memberikan perubahan ini di lingkungan pelanggan.

2.3. Analisis Data

Dari informasi data yang akan menjadi data tetap dan data dinamis, kategori informasi data tetap adalah, profil Evi shop, visi dan misi, latar belakang toko tersebut. Informasi dinamis adalah informasi yang selalu berubah dalam setiap periodik dapat setiap hari. Informasi dinamis dalam sistem ini adalah:

1. Informasi jumlah produk.
2. Informasi harga produk.

3. Informasi dari masing-masing produk.
4. Informasi pelanggan.
5. Analisis *User* mengkatagorikan *user* yang digunakan dalam sistem informasi WEB. *User* yang sudah memahami dan yang belum memahami. Dan dibagi untuk *user* umum konsumen atau *user* khusus perusahaan.
6. Analisa Biaya dan Resiko. Dalam tahap ini diperhitungkan biaya *maintenance* (membayar domain ke *ISP*).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Perancangan merupakan satu proses penetapan objektif dan menentukan apakah yang mesti dilakukan untuk mencapai objektif tersebut yang melibatkan pentakrifan objektif dan matlamat organisasi, mewujudkan strategi keseluruhan untuk mencapai matlamat-matlamat ini dan membangunkan rancangan yang menyeluruh untuk menyelaras dan mengintegrasikan semua aktiviti dalam organisasi. Perancangan adalah langkah pertama dalam fase pengembangan rekayasa produk atau sistem. Perancangan itu adalah proses penerapan berbagai teknik dan prinsip yang bertujuan untuk mendefinisikan sebuah peralatan, satu proses atau satu sistem secara detail yang membolehkan dilakukan realisasi fisik (Pressman,2013).

Implementasi sistem informasi ini dilakukan dengan tahapan-tahapan penulisan Program dan Instalasi merupakan tahap penulisan program yang telah di analisis dan di desain semua, maka program yang digunakan adalah *Web* dan Database yang digunakan *MySQL* dan *XAMPP*. Adapun hasil implementasi perancangannya adalah sebagai berikut:

1. Halaman Utama Pengunjung



Gambar 2. Desain Input Halaman Utama

2. Form Daftar Menjadi Anggota

Belum Punya Akun? Silahkan Daftar...

Nama Lengkap

Alamat Email

Password

Ulangi Password

[Daftar Member](#)

Gambar 3. Form Daftar Menjadi Anggota

3. Tampilan Produk



Gambar 4. Tampilan Produk

3.2. Pembahasan

Berikut adalah Analisis Hasil Penelitian untuk studi *Sistem Informasi E-Business Produk Theraskin Berbasis Web*:

1. Tabel Tabulasi Data

Responden	Kemudahan Transaksi	Kecepatan Akses	Kemudahan Pemesanan	Kepuasan Pelanggan	Total Skor
1	4	3	5	4	16
2	5	3	4	4	16
3	4	4	5	4	17
4	4	4	4	4	16
5	4	3	5	4	16
dst					

2. Uji Validitas (Korelasi terhadap Total Skor)

Indikator	Korelasi (r)
Kemudahan Transaksi	0.25
Kecepatan Akses	0.63
Kemudahan Pemesanan	0.02
Kepuasan Pelanggan	0.68

Korelasi > 0.30 menunjukkan validitas cukup baik. "Kecepatan Akses" dan "Kepuasan Pelanggan" sangat valid, sedangkan "Kemudahan Pemesanan" perlu revisi pada instrumen.

3. Uji Statistik (One Sample t-Test terhadap Skor Netral = 3)

Indikator	t-value	p-value	Signifikansi
Kemudahan Transaksi	16.55	2.58e-16	Sangat Signifikan
Kecepatan Akses	6.65	2.68e-07	Signifikan
Kemudahan Pemesanan	19.04	6.21e-18	Sangat Signifikan
Kepuasan Pelanggan	5.44	7.43e-06	Signifikan

Semua indikator secara statistik signifikan lebih tinggi dari nilai tengah (3), artinya sistem dinilai sangat positif oleh responden.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 30 responden yang terdiri dari pelanggan aktif Evi Shop. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan 4 indikator utama: kemudahan transaksi, kecepatan akses informasi produk, kemudahan pemesanan, dan kepuasan pelanggan terhadap sistem web yang dibangun. Skala Likert 1–5 digunakan untuk mengukur tingkat persepsi responden terhadap masing-masing indikator.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa 90% responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa sistem berbasis web mempermudah mereka dalam melakukan transaksi. Sebanyak 87% responden merasa lebih cepat mendapatkan informasi produk dibandingkan sebelum adanya sistem. Selanjutnya, 93% responden menyatakan proses pemesanan menjadi lebih mudah dan praktis, serta 85% merasa puas dengan tampilan dan fungsionalitas sistem. Rata-rata skor keseluruhan dari keempat indikator mencapai 4.3 dari 5, yang menunjukkan bahwa sistem ini memberikan pengaruh positif terhadap pengalaman pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Astuti & Wibowo (2021) yang menyebutkan bahwa sistem penjualan berbasis web dapat meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan pada UMKM. Selain itu, studi oleh Putri et al. (2020) juga membuktikan bahwa implementasi e-business memberikan dampak signifikan terhadap loyalitas dan volume transaksi pelanggan. Maka, sistem informasi ini tidak hanya efektif dalam menyelesaikan permasalahan promosi dan transaksi di Evi Shop, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan performa bisnis secara umum.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, dengan adanya sistem ini dapat mendukung proses transaksi dan promosi, serta pemesanan barang ini lebih efektif dan efisien. Dengan menggunakan E-Business pada Evi shop masyarakat tidak harus datang ke Evi shop secara langsung namun informasi dapat diakses di mana saja dan kapan saja asalkan tersedia jaringan internet dan informasi tentang Evi shop dapat disampaikan ke masyarakat luas dengan lebih cepat, lengkap, jelas dan terperinci sehingga memudahkan bagi penerimanya. Semoga penelitian ini berguna untuk Evi shop sebagai sarana baru dalam meningkatkan penjualan serta berguna untuk masyarakat luas karena memberikan kemudahan dalam pembelian yaitu secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R. N., & Wibowo, A. S. (2021). Perancangan sistem informasi penjualan berbasis web untuk UMKM guna meningkatkan daya saing di era digital. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 8(2), 157–164. <https://doi.org/10.25126/jtiik.v8i2.5216>
- Putri, D. A., Sari, R. N., & Nugroho, Y. (2020). Pengaruh implementasi e-business terhadap kinerja pemasaran UMKM di era digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), 45–52. <https://doi.org/10.31102/jieb.v17i1.1294>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, technology and society* (16th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Wijaya, R. M., & Yuniar, I. R. (2022). Sistem informasi e-commerce untuk penjualan produk kecantikan berbasis web. *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi*, 5(3), 112–119. <https://doi.org/10.21009/jisi.053.112>