

Analisa Layanan Sistem Informasi Online Shop Produk Kecantikan pada PT. Cantika Alami Indonesia

by Muhammad Adam

Submission date: 06-Nov-2024 02:38PM (UTC+0700)

Submission ID: 2510204214

File name: URANUS_-_VOLUME_2_NO._4_DESEMBER_2024_HAL_12-22.pdf (1.17M)

Word count: 3249

Character count: 21026

Analisa Layanan Sistem Informasi Online Shop Produk Kecantikan pada PT. Cantika Alami Indonesia

Muhammad Adam ^{1*}, Mudzakir Ahmad Taufik ²

^{1,2} STMIK Widuri, Indonesia

Email : kampuswiduri@ac.id¹, ahmadtaufik255@gmail.com²

Alamat: Jl. Palmerah Barat No.353, RT.3/RW.5, Grogol Utara, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 1480.

Korespondensi penulis : kampuswiduri@ac.id*

Abstract This study aims to analyze the service quality of the online shop information system for beauty products at PT. Cantika Alami Indonesia. The research focuses on identifying the company's needs, challenges in system development, and the benefits of better system implementation. Data collection methods include observation, interviews, questionnaires, and literature review. The findings reveal that the user aspect achieved a satisfaction score of 79.07%, indicating positive acceptance and experience. The functional aspect scored 75.54%, suggesting that the system functions well, though further improvements are needed. Meanwhile, the non-functional aspect received a score of 65.18%, highlighting the need for enhancements in performance and accessibility. Overall, the online shop system is rated well by users, but there is room for improvement, particularly in non-functional aspects. This study is expected to serve as a reference for companies and business practitioners in improving their e-commerce information systems to better meet consumer needs.

Keywords: Information System, Online Shop, E-commerce, Beauty Products, PT. Cantika Alami Indonesia

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis layanan sistem informasi online shop produk kecantikan pada PT. Cantika Alami Indonesia. Fokus penelitian mencakup kebutuhan perusahaan terhadap sistem informasi, tantangan dalam pengembangan sistem, serta manfaat implementasi sistem informasi yang lebih baik. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek pengguna mendapat skor kepuasan sebesar 79,07%, menandakan penerimaan dan pengalaman yang positif. Aspek fungsional sistem memperoleh skor 75,54%, mengindikasikan bahwa sistem sudah berfungsi dengan baik namun masih perlu pengembangan lebih lanjut. Aspek non-fungsional mendapat skor 65,18%, yang menunjukkan perlunya peningkatan dalam hal performa dan kemudahan akses. Secara keseluruhan, sistem informasi online shop ini dinilai baik oleh para pengguna, namun ada ruang untuk penyempurnaan, terutama pada aspek non-fungsional. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan dan pelaku bisnis dalam meningkatkan sistem informasi e-commerce mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik.

Kata Kunci: Sistem Informasi, Online Shop, E-commerce, Produk Kecantikan, PT. Cantika Alami Indonesia

1. LATAR BELAKANG

Di era digital saat ini, perkembangan bisnis online di Indonesia mengalami lonjakan signifikan, dengan sektor e-commerce sebagai pendorong utamanya. Hal ini memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi jual beli tanpa harus mengunjungi toko fisik. Dengan kemudahan yang ditawarkan oleh platform digital, calon pembeli dapat menjelajahi produk yang diinginkan, memesan secara langsung, dan melakukan pembayaran melalui berbagai metode yang tersedia. Fenomena ini, sebagaimana diungkapkan oleh (Susanto et al., 2021) mengubah cara masyarakat berbelanja, menjadikan belanja online sebagai pilihan utama yang lebih praktis dan efisien.

PT. Cantika Alami Indonesia, yang beroperasi sejak tahun 2015, telah memanfaatkan potensi e-commerce dalam sektor kecantikan. Dengan menawarkan produk-produk kecantikan melalui platform online, perusahaan ini tidak hanya memperluas jangkauan pasarnya ke seluruh Indonesia, tetapi juga beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut (Yunianto et al., 2021) e-commerce bertindak sebagai mediator yang menghubungkan penjual dan pembeli dalam transaksi online, memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas.

Meskipun belanja online menawarkan banyak keuntungan, ada beberapa tantangan yang perlu dihadapi, terutama dalam industri kecantikan. Salah satu tantangan utama adalah ketidakmampuan konsumen untuk mencoba atau melihat produk secara langsung sebelum melakukan pembelian. Ini menciptakan kebutuhan untuk memahami preferensi dan perilaku konsumen secara mendalam. Sebagaimana dinyatakan oleh (Kusumawardani et al., n.d 2021.) strategi pemasaran yang tepat sangat penting untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan di pasar yang kompetitif ini. Oleh karena itu, identifikasi tren dan kebutuhan konsumen menjadi krusial bagi keberhasilan pemasaran produk kecantikan secara online.

Di tengah persaingan yang ketat, penerapan sistem informasi yang efektif menjadi salah satu kunci keberhasilan perusahaan dalam mengelola operasional bisnis online. Sistem informasi yang terintegrasi dapat meningkatkan efisiensi dalam pengolahan data penjualan, manajemen inventaris, serta analisis pasar. (Kasus et al., 2018) menjelaskan bahwa sistem informasi yang baik dapat mendukung berbagai aspek dalam perusahaan, termasuk manajemen, karyawan, pelanggan, dan mitra kerja. Dalam konteks ini, sistem informasi penjualan yang efektif dapat membantu PT. Cantika Alami Indonesia dalam mengelola dan mengoordinasikan data penjualan, sehingga informasi yang dihasilkan berkualitas dan siap digunakan dalam pengambilan keputusan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis layanan sistem informasi online shop pada PT. Cantika Alami Indonesia. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi kebutuhan perusahaan terhadap sistem informasi, tantangan yang dihadapi dalam pengembangan sistem tersebut, serta manfaat yang diharapkan dari implementasi sistem informasi yang lebih baik. Selain itu, penelitian ini juga akan merujuk pada literatur yang ada mengenai e-commerce dan pengembangan sistem informasi untuk memberikan konteks dan kerangka kerja yang lebih komprehensif. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang

tantangan dan peluang dalam bisnis online, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi industri kecantikan dan pengembangan ekonomi nasional (Safitra, 2021)

Akhirnya, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan wawasan bagi PT. Cantika Alami Indonesia, tetapi juga bagi para pelaku bisnis lain di sektor e-commerce, dengan memberikan panduan dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berkembang dan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan pengalaman belanja yang lebih baik bagi konsumen.

2. LANDASAN TEORI

Konsep Dasar Sistem

Menurut (Aziza & Rahayu, 2019) sistem adalah gabungan komponen yang saling terkait dan berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sistem ini juga mencakup elemen-elemen penting yang terlibat dalam serangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan tersebut secara efisien. Setiap sistem terdiri dari beberapa komponen yang saling terhubung dan bekerja sama untuk membentuk kesatuan yang utuh. Komponen-komponen atau elemen-elemen sistem ini dapat berupa sub-sistem atau bagian-bagian dari sistem itu sendiri. Setiap sub-sistem memiliki karakteristik khusus yang membantu dalam menjalankan fungsi tertentu dan berdampak pada keseluruhan proses sistem.

Interface merupakan media yang menghubungkan satu sub-sistem dengan sub-sistem lainnya, memungkinkan aliran sumber daya dari satu sub-sistem ke sub-sistem lainnya. Melalui output dari suatu sub-sistem, menjadi input bagi sub-sistem lainnya. Dengan adanya interface, sub-sistem dapat saling berhubungan dan membentuk kesatuan. Setiap sistem memiliki tujuan atau target tertentu yang menentukan masukan yang dibutuhkan oleh sistem dan keluaran yang akan dihasilkan oleh sistem (Aprilia, 2020)

Sistem Informasi Online Shop

Sistem Informasi Online Shop merujuk pada infrastruktur teknologi informasi yang mendukung operasional dan fungsi dari toko online. Ini mencakup serangkaian perangkat lunak, platform, dan infrastruktur jaringan yang memungkinkan pemilik toko online untuk mengelola inventaris, menerima pesanan, memproses pembayaran, dan berinteraksi dengan pelanggan secara online. Sistem ini juga mencakup manajemen data, analisis kinerja penjualan, dan fitur-fitur lainnya yang memungkinkan pemilik toko untuk mengelola dan mengoptimalkan operasi mereka. Dengan menggunakan Sistem Informasi Online Shop, bisnis dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan

memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik kepada pelanggan mereka melalui platform online.

Salah satu teknologi yang mempermudah kegiatan penjualan dan pengolahan data penjualan di toko online adalah penggunaan komputer yang dilengkapi dengan program aplikasi khusus. Saat ini, masih banyak organisasi atau perusahaan yang hanya fokus pada peningkatan pendapatan tanpa memperhatikan pengelolaan data mereka. Sistem Informasi Penjualan merupakan kegiatan pemasaran barang atau jasa melalui internet. Menurut Rudi, sistem informasi penjualan adalah teknik pemasaran berbasis web dan internet yang digunakan untuk mencapai tujuan dan mendukung konsep pemasaran modern, memungkinkan perusahaan memasarkan produk atau jasa dengan cepat dan dikenal oleh masyarakat luas. Penjelasan yang lebih rinci tentang produk atau jasa dapat membantu pelanggan mendapatkan informasi yang mereka perlukan (Aprilia, 2020)

Pengertian Analisis

Menurut Umar, analisis adalah sebuah proses kerja yang melibatkan serangkaian langkah sebelum hasil riset didokumentasikan melalui penulisan laporan. Proses ini melibatkan pembagian suatu topik menjadi bagian-bagian yang lebih kecil, mengeksplorasi setiap bagian, serta memahami hubungan antar bagian untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang keseluruhan. Dari definisi analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa analisis adalah upaya untuk menyelidiki, menguraikan, dan menelaah suatu permasalahan dengan tujuan memahami secara tepat (Sikumbang et al., 2020)

Analisis adalah proses penjelasan yang menguraikan Sistem Informasi menjadi komponen-komponennya dengan tujuan mengidentifikasi dan mengevaluasi masalah serta hambatan yang muncul, serta kebutuhan yang diinginkan untuk mengusulkan perbaikan atas hambatan tersebut. Pada tahap analisis, diperlukan suatu pendekatan yang teliti untuk mencegah terjadinya kesalahan di tahap-tahap berikutnya. Hal ini membantu dalam memahami masalah dan kesulitan yang dihadapi oleh sistem yang sedang beroperasi, serta mengidentifikasi penyebabnya, sambil memastikan kecocokan dengan tujuan sistem yang direncanakan sebelum perbaikan dilakukan (Rhomadhona, 2018).

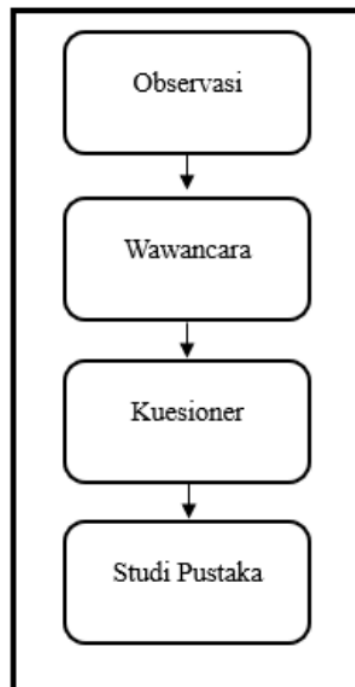
Pengertian Online Shop

Menurut (Junianto et al., 2022) Online shop merupakan suatu platform atau sistem yang memungkinkan para pengguna untuk melakukan pembelian dan penjualan barang atau jasa secara daring melalui internet. Dalam online shop, pengguna dapat menjelajahi berbagai produk atau layanan, melakukan transaksi pembelian, dan melakukan pembayaran secara elektronik. Hal ini memungkinkan konsumen untuk berbelanja tanpa harus pergi ke toko fisik,

sementara penjual dapat memperluas jangkauan pasar mereka tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Online shop dapat berupa website resmi toko, aplikasi seluler, atau platform perdagangan elektronik yang menyediakan berbagai fitur untuk memfasilitasi proses jual beli secara online.

3. METODE PENELITIAN

Dalam usaha memperoleh data untuk penelitian dapat menggunakan beberapa metode. Dimana pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Tahap Penelitian

1. Metode Observasi

Untuk menjalankan metode observasi penulis langsung terlibat dalam menjalankan tugas pelaksanaan di bidang pencatatan untuk sekaligus mengamati sistem informasi yang berjalan agar dapat memperoleh informasi dan data yang akurat.

2. Wawancara

Metode wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab kepada pemilik perusahaan atau HRD di PT. Cantika Alami Indonesia agar mendapatkan informasi yang akurat.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data secara kuantitatif atau kualitatif. yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dapat diberikan secara langsung atau melalui post internet.

4. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan teknik atau metode pengumpulan informasi atau data guna untuk mencari informasi atau sebagai sumber referensi dalam mendapatkan data sebagai bahan untuk membuat laporan Kerja Praktek.

Unified Modeling Language (UML) adalah bahasa model yang diperkenalkan pada tahun 1997 dan telah menjadi standar dalam pengembangan perangkat lunak. Sejak itu, UML telah menjadi sangat penting dalam industri perangkat lunak, terutama dalam pendekatan berorientasi objek n(Muhammad & Djoko Santosa, 2020).

UML merupakan alat yang efektif dalam meningkatkan sistem perangkat lunak. Salah satu elemen kunci dalam UML adalah sistem pemodelan, yang membantu menjelaskan fungsionalitas sistem melalui model use case. UML juga berperan sebagai blueprint yang detail dan lengkap. Dengan menggunakan blueprint ini, informasi kompleks tentang kode program dapat diinterpretasikan kembali dalam bentuk diagram yang lebih mudah dipahami (Nova Indrayana Yusman, 2013)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi maupun flowchart diagram penelitian proses kerja praktek sistem informasi online shop untuk produk kecantikan di PT. Cantika Alami Indonesia guna menciptakan minat beli konsumen.



Gambar 2. Flow Chart Penelitian

Berdasarkan dengan hasil pengumpulan data yang dikukan oleh peneliti dengan Kuesioner adalah:

Tabel 1. Data Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Jumlah
Jenis Kelamin	Laki – laki	10
	Perempuan	8
Usia	20 – 30 Tahun	13
	31 – 50 Tahun	5

Dari tabel di atas, terlihat bahwa jumlah total pekerja di PT Cantika Alami Indonesia adalah 18 orang. Dari jumlah tersebut, terdapat 10 orang yang berjenis kelamin laki-laki dan 8 orang yang berjenis kelamin perempuan. Dalam hal rentang usia, sebanyak 13 orang berusia antara 20 hingga 30 tahun, sementara 5 orang lainnya berusia antara 31 hingga 50 tahun.

Menggunakan data dari tabel di bawah ini, hasil kuesioner dalam penelitian ini akan diambil dengan mempertimbangkan jawaban yang diberikan oleh responden. Misalnya, jika terdapat 5 pengguna yang memberikan jawaban terhadap pertanyaan pertama, dengan 1 orang menjawab sangat setuju, 3 orang menjawab setuju, dan 1 orang menjawab cukup setuju, hasilnya akan direpresentasikan seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini pada bagian nomor

1. Dalam konteks ini, "menyesuaikan" berarti menggunakan data yang relevan dari tabel untuk menerapkan hasil kuesioner secara tepat, sedangkan "telihat" berarti hasil tersebut akan dipresentasikan atau diinterpretasikan sebagaimana terlihat dalam tabel di bawah ini.

Analisis kuesioner yang dilakukan pada responden, diketahui bahwa persepsi terhadap dimensi Aspek Pengguna dapat dikategorikan sebagai "baik", dengan tingkat kepuasan mencapai sekitar 79,07%. Data ini mengindikasikan bahwa harapan yang diungkapkan oleh responden terhadap Aspek Pengguna telah terpenuhi dengan baik. Oleh karena itu, langkah-langkah untuk memastikan peningkatan yang lebih lanjut di masa depan perlu dipertimbangkan. Dengan demikian, kita harus terus berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna agar lebih baik daripada sebelumnya.

Analisis kuesioner yang dilakukan pada responden, diketahui bahwa persepsi terhadap dimensi Aspek Fungsional dapat dikategorikan sebagai "baik", dengan tingkat kepuasan mencapai sekitar 75,54%. Data ini mengindikasikan bahwa harapan yang diungkapkan oleh responden terhadap Aspek Fungsional telah terpenuhi dengan baik. Oleh karena itu, langkah-langkah untuk memastikan peningkatan yang lebih lanjut di masa depan perlu dipertimbangkan. Dengan demikian, kita harus terus berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna agar lebih baik daripada sebelumnya.

Analisis kuesioner yang dilakukan pada responden, diketahui bahwa persepsi terhadap dimensi Aspek No Fungsional dapat dikategorikan sebagai "baik", dengan tingkat kepuasan mencapai sekitar 65,18%. Data ini mengindikasikan bahwa harapan yang diungkapkan oleh responden terhadap Aspek No Fungsional telah terpenuhi dengan baik. Oleh karena itu, langkah-langkah untuk memastikan peningkatan yang lebih lanjut di masa depan perlu dipertimbangkan. Dengan demikian, kita harus terus berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna agar lebih baik daripada sebelumnya.

Tabel 2. Kesimpulan Perhitungan bobot tanggapan Responden

No	Indikator	Total Skor Yang di dapat	Kriterial
1	Aspek Pengguna	79,07%	Baik
2	Aspek Fungsional	75,54%	Baik
3	Aspek No Fungsional	65,18%	Baik

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata skor tanggapan responden terhadap tiga parameter sistem informasi online shop produk kecantikan pada PT. Cantika Alami indonesiamenunjukkan hasil yang cukup baik. Parameter pertama, yaitu Aspek Pengguna, mendapatkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 79,07%, menandakan bahwa penggunaan sistem ini dinilai sangat baik oleh responden. Sedangkan pada parameter kedua, Aspek Fungsional, responden memberikan nilai rata-rata sebesar 75,54%, yang juga menunjukkan penilaian positif terhadap fungsionalitas sistem. Namun, pada parameter ketiga, yaitu Aspek Non-Fungsional, nilai rata-rata responden sedikit lebih rendah, yakni 65,18%. Meskipun demikian, sistem ini masih dinilai baik dalam hal aspek non-fungsional oleh responden.

Dengan demikian, dari hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi online shop produk kecantikan pada PT. Cantika Alami indonesiamendapat penilaian yang baik dari para responden, dengan fokus yang paling positif pada penggunaan sistem dan fungsi-fungsinya. Kesimpulan dari perhitungan bobot tanggapan responden adalah sebagai berikut:

1. Aspek Pengguna: Responden memberikan skor sebesar 79,07% untuk aspek pengguna. Dengan persentase ini, dapat disimpulkan bahwa penggunaan produk atau layanan tersebut dinilai sebagai "Baik" oleh responden.
2. Aspek Fungsional: Skor yang diberikan oleh responden untuk aspek fungsional adalah sebesar 75,54%. Ini menunjukkan bahwa dalam hal fungsionalitas, produk atau layanan ini juga dinilai sebagai "Baik" oleh responden.
3. Aspek Non-Fungsional: Responden memberikan skor 65,18% untuk aspek non-fungsional. Meskipun skor ini lebih rendah dibandingkan dengan dua aspek sebelumnya, tetapi masih memperoleh penilaian "Baik" dari responden.

Dengan demikian, kesimpulan dari perhitungan bobot tanggapan responden adalah bahwa produk atau layanan tersebut secara umum dinilai "Baik" oleh responden dalam ketiga aspek yang dinilai

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berlandaskan dari hasil Penelitian yang dilakukan oleh penulis sehingga dapat sebuah kesimpulan bahwa:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengguna sistem informasi toko online produk kecantikan dari PT. Cantika Alami Indonesia memberikan penilaian "Baik" terhadap

sistem ini, dengan tingkat kepuasan dan penerimaan yang tinggi mencapai 79,07%. Ini mengindikasikan bahwa sistem informasi ini secara umum diterima dengan baik oleh pengguna.

2. Meskipun terdapat beberapa tantangan dalam pengembangan sistem, fungsionalitas sistem dinilai positif oleh responden dengan skor 75,54%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna tetap menghargai dan menerima sistem ini meskipun ada kendala yang dihadapi.
3. Terdapat sedikit penurunan dalam aspek non-fungsional, namun sistem ini tetap dinilai baik dengan skor 65,18%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna masih melihat nilai dan manfaat signifikan dari sistem tersebut, meskipun ada aspek yang perlu diperbaiki.

DAFTAR REFERENSI

- Erpurini, Wala, and Wapa Samrotul Janah. "Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen E-commerce (Studi Kasus: Pembelian Produk Shopee.co.id pada Karyawan Borma Toserba Bandung)." *Jurnal Emt Kita* 6.2 (2022): 244-248.
- Kasus, S., Online, P., & Ylk, S. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram*. 8–9.
- Kusumawardani, A., Rusli, M., & Rani, E. S. (n.d.). *Pengembangan Web Online Shop Pada Butik Azzalea Store*. 49–59.
- Larasati, Devira, and Hwihanus Hwihanus. "Upaya Pengembangan Dan Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam E-Commerce Shopee." *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen* 1.1 (2023): 78-89.
- Mardiah, A. A., & Sarumaha, S. S. (2024). Analisa sistem penyimpanan dokumen di UNIT Sekretariat RS Grha Kedoya dengan metode UAT Jakarta Barat. *Bridge: Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Telekomunikasi*, 2(3), 75-79.
- Muhammad, M., & Djoko Santosa, T. (2020). Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Reseller. *Fakultas Ilmu Komputer UDB Surakarta*, 130–150.
- Natalia, V., Pusparini, N.N. and Sarumaha, S.S., 2024. Analisis Sistem Kinerja SIAKAD untuk Pembayaran SPP Mahasiswa pada STMIK Widuri dengan Metode PIECES. *Modem: Jurnal Informatika dan Sains Teknologi*, 2(4), pp.229-244.
- Nova Indrayana Yusman. (2013). Perancangan Sistem Informasi Berbasis Orientasi Objek Menggunakan Star Uml. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Safitra, D. A. (2021). PENERIMAAN WAJIB PAJAK PADA AWAL IMPLEMENTASI E-FAKTUR PAJAK Dhian Adhetiya Safitra. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, 3(1), 119–135.

- Sani, Asrul, et al. "E-business adoption models in organizational contexts on the TAM extended model: A preliminary assessment." *2020 8th International conference on cyber and IT service management (CITSM)*. IEEE, 2020.
- Sani, Asrul, et al. "The effect of technology readiness in IT adoption on organizational context among SMEs in the suburbs of the capital." *AIP Conference Proceedings*. Vol. 2331. No. 1. AIP Publishing, 2021.
- Sani, Asrul, Titik Khawa Abdul Rahman, Aang Subiyakto, and Ninuk Wiliani. "Combining Statistical and Interpretative Analyses for Testing Readiness and IT Adoption Questionnaire." In *SEWORD FRESSH 2019: Proceedings of the 1st Seminar and Workshop on Research Design, for Education, Social Science, Arts, and Humanities, SEWORD FRESSH 2019, April 27 2019, Surakarta, Central Java, Indonesia*, p. 90. European Alliance for Innovation, 2019.
- Sarumaha SS, Taufik A. Penilaian Aplikasi Veryeasy Accounting Solution Pada Apotik Sari Murah Dengan Metode UAT. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*. 2024;3(1):47-55.
- Susanto, A., Choirozaq, A., Hakim, M. M., & Rismiyati, R. (2021). Perancangan Sistem Informasi Laboratorium (Studi Kasus Puskesmas Dersalam, Kudus). *Jurnal Masyarakat Informatika*, 12(2), 114–122. <https://doi.org/10.14710/jmasif.12.2.42333>
- Yunianto, I., Purnomo, H. D., Yulianto, S., & Prasetyo, J. (2021). *Analisa Sistem Informasi Akademik Menggunakan WebQual dan PIECES Frameworks Pada Universitas XYZ*. 5, 995–1007. <https://doi.org/10.30865/mib.v5i3.3046>

Analisa Layanan Sistem Informasi Online Shop Produk Kecantikan pada PT. Cantika Alami Indonesia

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

1%

★ journal.unhas.ac.id

Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On