

Perancangan dan Implementasi *Website Company profile* untuk Optimalisasi Informasi Produk *Skincare* PT Bunga Sejahtera Indonesia

Suwarno¹, Vincent Capricornness², Yefta Christian³

Affiliation

email: suwarno.liang.uib.ac.id¹, 2231056.vincent@uib.edu², yefta@uib.ac.id³

Abstrak

Proses perancangan dan implementasi *website company profile* pada PT Bunga Sejahtera Indonesia untuk mengoptimalkan penyajian informasi produk *skincare* secara digital. Kendala utama yang dihadapi mitra adalah minimnya platform digital untuk informasi produk secara detail. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan System Development Life Cycle (SDLC), termasuk analisis kebutuhan, desain sistem menggunakan ReactJS dan Express.js, implementasi, pengujian *blackbox*, dan evaluasi. Hasil implementasi menunjukkan peningkatan signifikan pada akses informasi, interaksi konsumen, dan daya saing perusahaan. Rekomendasi penelitian selanjutnya adalah integrasi fitur tambahan seperti *chatbot* dan fasilitas transaksi *online*.

Kata Kunci: *Website Profil Perusahaan, ReactJS, SDLC, PT Bunga Sejahtera Indonesia*

Abstract

The main challenge faced by the partner company is the lack of a digital platform to present detailed information about its skincare products. This project adopts the System Development Life Cycle (SDLC) methodology, encompassing requirements analysis, system design using ReactJS and Express.js, implementation, blackbox testing, and evaluation. The implementation results demonstrate a significant improvement in information accessibility, consumer engagement, and the company's competitive edge. Future research is recommended to integrate additional features such as a chatbot and online transaction capabilities.

Keywords: *Company profile Website, ReactJS, SDLC, PT Bunga Sejahtera Indonesia*

PENDAHULUAN

Industri kecantikan di Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan diri. Perawatan kecantikan kini tidak lagi dipandang sekadar kebutuhan estetik, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup modern yang menunjang kepercayaan diri individu. Fenomena ini mendorong munculnya berbagai inovasi dalam layanan klinik kecantikan maupun produk perawatan kulit (*skincare*). Salah satu pelaku industri tersebut adalah PT

Bunga Sejahtera Indonesia. Melalui klinik iLucent Aesthetic di Batam, perusahaan yang berdiri sejak 2023 ini telah membangun reputasi sebagai penyedia layanan kecantikan profesional di wilayah tersebut.

Seiring berjalannya waktu, PT Bunga Sejahtera Indonesia tidak hanya fokus pada layanan klinik, tetapi juga memperluas usahanya dengan memproduksi berbagai produk *skincare* seperti krim wajah, serum, masker, dan *lotion*. Produk-produk ini dipasarkan secara daring untuk menjangkau

konsumen di seluruh Indonesia. Strategi tersebut sejalan dengan tren pemasaran digital yang semakin dominan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Honestya & Veri (2024) yang menunjukkan bahwa pemasaran digital berdampak signifikan dalam meningkatkan kesadaran merek dan penjualan produk kecantikan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kehadiran digital yang kuat menjadi kunci untuk memperluas pangsa pasar perusahaan.

Meskipun demikian, hingga saat ini PT Bunga Sejahtera Indonesia belum memiliki platform digital yang representatif untuk menyajikan informasi produk *skincare* secara lengkap kepada konsumen. Keterbatasan akses informasi produk secara *online* membuat konsumen kesulitan memahami keunggulan, komposisi, dan cara penggunaan produk secara jelas. Kondisi ini berpotensi mengakibatkan hilangnya peluang penjualan serta menurunnya daya saing perusahaan di tengah ketatnya persaingan industri *skincare*.

Penelitian terdahulu menunjukkan pentingnya pemanfaatan platform digital dalam mendukung pemasaran produk perusahaan. Billah et al. (2023) mengungkapkan bahwa *website* merupakan media yang efektif untuk memperluas jangkauan promosi dan menyediakan informasi produk secara real-time kepada konsumen, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, pengembangan *website company profile* yang responsif, informatif, dan menarik dipandang sebagai langkah strategis untuk mengatasi keterbatasan media informasi digital di PT Bunga Sejahtera Indonesia. Kegiatan PKM ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan *website* tersebut guna mengoptimalkan penyebaran informasi produk *skincare* secara *online*. Dengan adanya platform digital ini, diharapkan jangkauan pasar perusahaan

semakin luas dan daya saingnya di industri *skincare* yang semakin kompetitif dapat meningkat.

MASALAH

PT Bunga Sejahtera Indonesia selaku mitra kegiatan menghadapi kendala dalam penyampaian informasi produk *skincare* secara digital akibat belum tersedianya platform daring yang optimal. Akibat kondisi ini, konsumen kesulitan memperoleh informasi detail mengenai keunggulan produk, manfaat, komposisi, cara penggunaan, maupun testimoni pelanggan. Keterbatasan informasi secara *online* tersebut berpotensi menyebabkan hilangnya peluang penjualan dan menurunkan daya saing perusahaan di tengah ketatnya persaingan pasar *skincare*.

Selain permasalahan internal tersebut, perkembangan teknologi informasi yang pesat turut memperbesar urgensi bagi perusahaan untuk meningkatkan kehadiran digitalnya. Saat ini, setiap pelaku usaha dituntut untuk mengoptimalkan pemanfaatan platform digital dalam memasarkan produk. Sebuah tinjauan literatur sistematis oleh Honestya & Veri (2024) menunjukkan bahwa pemasaran digital berdampak signifikan terhadap peningkatan kesadaran merek, preferensi konsumen, dan penjualan produk kecantikan. Temuan tersebut menegaskan bahwa kehadiran digital yang kuat merupakan kunci untuk memperluas pangsa pasar dan memenuhi kebutuhan informasi konsumen di industri *skincare*.

Menjawab urgensi permasalahan tersebut, solusi yang diusulkan dalam kegiatan ini adalah pengembangan *website company profile* berbasis digital bagi PT Bunga Sejahtera Indonesia sebagai media terpadu penyedia informasi produk *skincare* secara *online*. Pendekatan ini sejalan dengan pendapat Billah et al. (2023) bahwa *website* berbasis teknologi informasi merupakan media yang efektif untuk memperluas jangkauan promosi dan memberikan informasi secara *real time*

kepada konsumen. Melalui *website* yang informatif, perusahaan dapat menampilkan katalog produk lengkap beserta detail seperti manfaat, komposisi, dan cara penggunaan, serta testimoni pelanggan. Penyajian informasi yang komprehensif dan mudah diakses ini akan meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, pengembangan *website company profile* yang responsif, informatif, dan menarik merupakan langkah strategis untuk mengatasi keterbatasan akses informasi di atas, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing perusahaan di era digital.

METODE

Dalam upaya mendukung keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengembangan platform digital, proses pengumpulan data menjadi tahap krusial untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendalam. Dua metode utama yang digunakan dalam proses ini adalah wawancara dan observasi langsung. Melalui wawancara dengan pihak internal perusahaan, khususnya manajemen dan staf yang berkaitan dengan pemasaran dan distribusi produk *skincare*, diperoleh berbagai informasi penting terkait kondisi aktual, kendala penyampaian informasi produk kepada konsumen, serta harapan terhadap platform digital yang akan dikembangkan. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi perspektif subjektif yang kaya dan mendalam, yang tidak bisa dijangkau melalui metode lain (Romdona et al., 2025).

Di sisi lain, observasi langsung terhadap aktivitas operasional perusahaan memberikan gambaran autentik mengenai pemanfaatan teknologi digital dan alur informasi yang ada saat ini. Dengan mengamati langsung di lingkungan alami tanpa intervensi, peneliti dapat

mengidentifikasi celah atau kekurangan dalam sistem informasi yang berjalan (Romdona et al., 2025). Kombinasi wawancara dan observasi ini memberikan pemahaman secara menyeluruh baik dari sisi kebutuhan fungsional maupun kondisi lapangan yang menjadi landasan utama dalam perancangan dan pengembangan *website company profile* perusahaan.

Metode yang digunakan dalam pengembangan sistem informasi memerlukan pendekatan yang terstruktur. Dalam kegiatan ini, metode yang digunakan yaitu *System Development Life Cycle* (SDLC) diterapkan sebagai kerangka kerja utama. SDLC dipilih karena memberikan alur kerja yang sistematis dari tahap awal hingga pemeliharaan, sehingga memudahkan kontrol proyek, dokumentasi, serta pelacakan progres tiap fase.

Menurut Siahaan dan Kelvin (2023), SDLC mampu menghasilkan perangkat lunak yang selaras dengan kebutuhan pengguna, serta mengutamakan aspek kualitas, efisiensi, dan keandalan. Pendekatan ini sangat sesuai untuk proyek yang sudah memiliki batasan ruang lingkup dan kebutuhan yang terdefinisi dengan jelas sejak awal. Berikut tahapan perancangan sistem berbasis SDLC yang diterapkan dalam pengembangan *website* informasi produk *skincare*:

- a. Analisa Kebutuhan

Langkah pertama dilakukan dengan menggali kebutuhan sistem melalui wawancara dengan pihak mitra dan observasi proses kerja yang berlangsung. Informasi yang dikumpulkan menjadi fondasi untuk merancang fitur serta struktur informasi yang akan ditampilkan dalam *website*.

- b. Desain Sistem

Setelah analisis kebutuhan selesai, tahap selanjutnya adalah merancang antarmuka pengguna menggunakan Figma. Alat ini mempermudah tim dalam membuat

desain UI/UX yang interaktif dan memungkinkan kolaborasi secara langsung (Alam et al., 2025).

Selain desain antarmuka, dilakukan pula perancangan struktur basis data serta alur sistem menggunakan *use case* diagram dan diagram Relasi Entitas (ERD). *Use case* diagram digunakan untuk menggambarkan fungsi sistem berdasarkan interaksi antara aktor dan sistem, sekaligus mendefinisikan batasan sistem dan skenario penggunaan (Susanti & Ummami, 2022). Diagram ini menjadi acuan dalam merancang sistem agar sesuai dengan proses bisnis yang telah diidentifikasi melalui observasi dan wawancara. Sementara itu, ERD digunakan untuk memetakan struktur data dan relasi antar entitas. Dengan diagram ini, pengembang dapat merancang basis data yang konsisten dan efisien. ERD juga membantu memastikan integritas data dan kemudahan implementasi dalam tahap pengembangan (Fatman et al., 2023).

- c. Pengembangan Sistem
Implementasi sistem dilakukan dengan membangun antarmuka (*frontend*) menggunakan ReactJS dan Material-UI. ReactJS dipilih karena pendekatannya yang berbasis komponen, memungkinkan pengembangan UI yang modular dan efisien. Untuk bagian *backend*, digunakan Express.js yang berperan dalam mengatur alur data dan komunikasi antarkomponen aplikasi (Nasution & Iswari, 2022).
- d. Pengujian Sistem
Website diuji menggunakan metode *blackbox testing*, yang menitikberatkan pada pemeriksaan fungsionalitas sistem dari sudut pandang pengguna. Pengujian ini

fokus pada bagaimana sistem merespons *input*, tanpa mempertimbangkan struktur internal kode. Pendekatan ini dinilai efektif untuk mendeteksi kesalahan fungsional maupun antarmuka (Uminingsih et al., 2022). Selain itu, karena dilakukan dari perspektif eksternal, metode ini memberikan gambaran yang lebih objektif terkait performa sistem (Ginting & Lubis, 2024).

- e. Implementasi dan Evaluasi
Tahap akhir adalah penyebaran *website* ke platform *hosting* dan evaluasi langsung oleh pengguna. Masukan dari mitra digunakan sebagai dasar pengembangan lanjutan atau perbaikan fitur jika diperlukan.

PEMBAHASAN

Penerapan pendekatan *System Development Life Cycle* (SDLC) dalam pengembangan sistem informasi ini terbukti membantu meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan informasi produk *skincare*. SDLC memberikan alur kerja yang sistematis, sehingga setiap tahapan pengembangan dapat berjalan lebih terstruktur, terdokumentasi dengan baik, dan mudah dipantau progresnya dari awal hingga akhir.

Tahapan pertama dimulai dari analisis kebutuhan, yang dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung bersama mitra. Hasilnya, ditemukan kebutuhan utama seperti halaman utama, katalog produk *skincare*, dan halaman administrasi untuk memudahkan mitra memperbarui informasi produk secara mandiri.

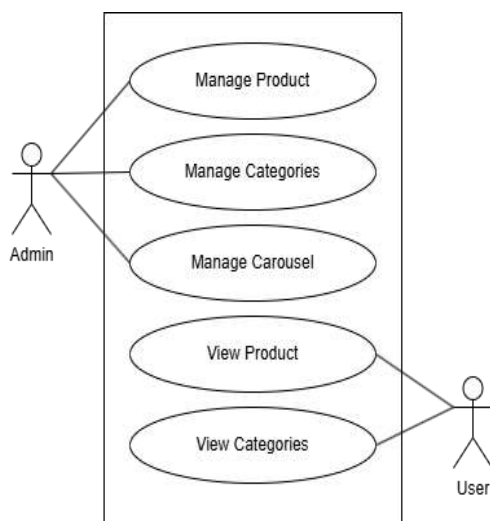
Selanjutnya, pada tahap desain sistem, digunakan *tools* seperti Figma untuk membuat rancangan tampilan *website* yang menarik dan mudah digunakan. Selain itu, juga disusun diagram *use case* dan struktur data untuk mendukung kebutuhan sistem.

Tahap pengembangan sistem dilakukan dengan mengimplementasikan teknologi modern seperti ReactJS dan Material-UI untuk tampilan depan, serta Express.js pada sisi *backend*. Teknologi ini dipilih untuk memastikan antarmuka yang responsif, modern, dan sistem yang efisien.

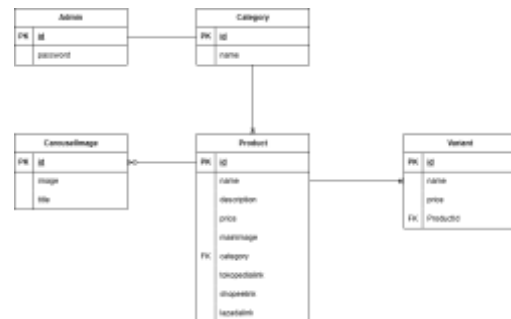
Setelah pengembangan selesai, dilakukan pengujian sistem menggunakan metode *blackbox testing* yang berfokus pada fungsionalitas. Pengujian ini mencakup tampilan responsif, fungsi pencarian produk, dan *input* data oleh admin. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sistem berjalan dengan baik tanpa kendala berarti.

Terakhir, dilakukan tahap implementasi dan evaluasi, di mana *website* diunggah ke layanan *hosting* dan diuji langsung oleh mitra. Hasil evaluasi menunjukkan respons positif, dengan sistem yang dinilai efektif dalam membantu pengelolaan informasi produk *skincare* secara lebih praktis dan efisien.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari manajer PT Bunga Sejahtera Indonesia, penulis kemudian merancang *use case diagram* serta diagram relasi entitas (ERD) yang terdapat pada Gambar 1 dan Gambar 2 untuk menggambarkan alur interaksi pengguna dan struktur basis data sistem. Kedua diagram ini menjadi acuan penting dalam tahap pengembangan dan pengorganisasian logika sistem.



Gambar 1. Use Case Diagram



Gambar 2. Diagram relasi entitas

Selanjutnya, dilakukan proses desain antarmuka pengguna (*user interface*) menggunakan Figma. Desain ini mencakup elemen-elemen utama seperti halaman utama, katalog produk, informasi tentang perusahaan, sistem *login*, dan *dashboard* admin. Seluruh desain dibuat dengan memperhatikan prinsip kemudahan penggunaan, konsistensi visual, serta responsivitas terhadap berbagai ukuran perangkat seperti pada Gambar 3.

Berikut ini adalah beberapa komponen antarmuka utama yang dirancang:

- Halaman Utama (*Homepage*)
Halaman ini dirancang sebagai titik masuk utama ke dalam *website*, menampilkan ringkasan informasi perusahaan, produk-produk unggulan, promosi, dan testimoni pelanggan.
- Halaman Katalog Produk
Pada halaman ini pengguna dapat menelusuri produk *skincare* yang ditawarkan oleh mitra. Produk dikategorikan untuk memudahkan pencarian berdasarkan jenis atau merek.
- Halaman Tentang Kami

Halaman ini digunakan oleh mitra untuk menyampaikan informasi yang terdapat dalam perusahaan, dan visi misi perusahaan

- d. Halaman Detail Produk
Halaman ini memberikan informasi lebih rinci tentang suatu produk, termasuk gambar, harga, dan pilihan varian.
- e. Halaman *Login*
Halaman *login* digunakan oleh admin untuk mengakses *dashboard*, menggunakan kombinasi nama pengguna dan kata sandi.
- f. Halaman *Dashboard*
Dashboard menjadi pusat kendali bagi admin untuk mengelola produk, *banner*, kategori, dan data pengguna. Desainnya dibuat sederhana agar mudah dipahami oleh pengguna non-teknis.



Gambar 3. Desain Figma

Setelah seluruh rancangan antarmuka selesai, dilakukan implementasi teknis. Pada bagian *frontend*, digunakan ReactJS yang dipadukan dengan Material UI (MUI) guna menghasilkan tampilan yang modern, cepat, dan responsif. Sementara itu, pada bagian *backend* digunakan Express.js untuk menangani proses *server-side* dan

integrasi data. Beberapa komponen utama, seperti katalog produk, sistem *login*, berita terkini, dan dashboard admin telah mulai dikembangkan dan diuji secara bertahap yang seperti pada Gambar 4 hingga Gambar 9.



Gambar 4. Halaman Utama



Gambar 5. Halaman Katalog Produk

Gambar 6. Halaman Tentang Kami

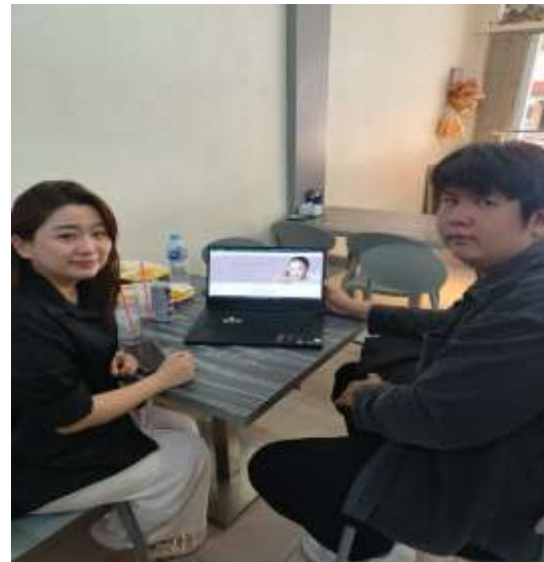


Gambar 7. Halaman Detail Produk

Gambar 8. Halaman Login

Gambar 9. Halaman Dashboard

Pengujian sistem dilakukan menggunakan metode *blackbox* testing untuk memastikan seluruh fitur berjalan sesuai fungsinya tanpa perlu melihat struktur internal kode. Pengujian dilakukan dari sisi pengguna umum dan admin. Dari



sisi pengguna, fitur-fitur seperti halaman utama, katalog produk, pencarian berdasarkan kategori atau nama produk, halaman detail produk, serta halaman informasi perusahaan diuji untuk memastikan kemudahan akses dan kejelasan informasi. Hasilnya, seluruh fitur dapat diakses dengan baik dan menampilkan informasi yang sesuai.

Sementara itu, dari sisi admin, diuji fitur *login*, penambahan produk baru, pengeditan data, penghapusan produk, pengelolaan kategori, serta pengunggahan *banner* promosi. Sistem berhasil menolak *login* dengan data yang salah dan memberikan pesan kesalahan yang sesuai, serta mengizinkan *login* jika data valid. Setiap aksi seperti menambah, mengedit, dan menghapus data pada *dashboard* dapat dilakukan tanpa kendala. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh fitur utama

berjalan sesuai harapan dan dapat digunakan secara optimal oleh mitra maupun pengguna umum.

Setelah sistem diunggah dan resmi dapat diakses secara daring, penulis melakukan kunjungan akhir ke PT Bunga Sejahtera Indonesia untuk menyerahkan seluruh luaran hasil kegiatan. Penyerahan ini meliputi kode sumber sistem, struktur basis data, serta buku panduan penggunaan yang telah disusun untuk mendukung operasional sistem secara mandiri.

Kunjungan ini juga dimanfaatkan untuk memberikan pelatihan langsung kepada staf perusahaan, agar mereka dapat mengelola konten *website*, memperbarui data produk, menambah *banner* promosi, hingga menangani data pengguna secara efektif tanpa ketergantungan teknis lebih lanjut seperti pada Gambar 10.

Gambar 10. Menjelaskan cara pemakaian luaran kegiatan kepada staff

SIMPULAN

Kegiatan pengembangan *website* untuk PT Bunga Sejahtera Indonesia telah berhasil dilaksanakan dengan baik. *Website company profile* yang dirancang mampu menjadi solusi atas kebutuhan mitra dalam menyajikan informasi produk *skincare* secara lengkap dan sistematis. Pendekatan *System Development Life Cycle* (SDLC) yang digunakan mulai dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi terbukti efektif dalam memastikan bahwa fitur dan konten yang dikembangkan sesuai dengan permasalahan dan kebutuhan pengguna di lapangan. Hasilnya, *website* ini berhasil menjawab persoalan utama mitra terkait minimnya platform digital untuk mendukung penyebaran informasi produk.

Dampak positif dari kegiatan ini terasa signifikan, baik dari sisi eksternal maupun internal. Konsumen kini dapat mengakses informasi penting seputar produk dengan mudah, yang berdampak pada meningkatnya kepercayaan dan daya saing perusahaan di pasar *skincare*. Sementara itu, dari sisi internal, staf perusahaan telah

dibekali kemampuan untuk mengelola konten secara mandiri, sehingga proses pembaruan informasi menjadi lebih efisien. Untuk penggunaan *website* yang lebih optimal, disarankan agar pengembangan *website* dilanjutkan dengan penambahan fitur seperti chatbot untuk interaksi langsung dengan pelanggan dan fasilitas transaksi *online*, guna mendukung kemudahan layanan serta memperluas jangkauan pemasaran mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, H. S., Putri, N., Widiarti, N., Diatmika, I., Dahana, I., & Agasthya, I. (2025). Penggunaan Figma dalam meningkatkan kreativitas siswa Sekolah Menengah Kejuruan Rekayasa. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 96–104. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v8i01.11712>
- Billah, M., Razi A, M., & Dkk, A. I. (2023). Perancangan *website* Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika*, 1(2), 48–59. <https://doi.org/10.47233/jiska.v1i2.949>
- Fatman, Y., Nafisah, N. K., & Pambudi, P. B. J. (2023). Implementasi payment gateway dengan menggunakan Midtrans pada *website* UMKM Geberco. *Jurnal KomtekInfo*, 10(2), 64–72. <https://doi.org/10.35134/komtekinf.o.v10i2.364>
- Ginting, M. P. A., & Lubis, A. S. (2024). Pengujian Aplikasi Berbasis Web Data Ska Menggunakan Metode Black Box Testing. *COSMIC Jurnal Teknik*, 2(1), 41–48. <https://doi.org/10.55537/cosmic>
- Honestya, G., & Veri, J. (2024). Systematic literature review : Pengaruh Digital Marketing Terhadap Penjualan produk

- kecantikan. *Digital Transformation Technology*, 4(1), 523–531.
<https://doi.org/10.47709/digitech.v4i1.4205>
- Nasution, & Iswari, L. (2022). Penerapan React JS Pada Pengembangan FrontEnd Aplikasi Startup Ubaform. *Prosiding Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*, Universitas Islam Indonesia. Retrieved from <https://journal.uui.ac.id/AUTOMATA/article/view/19532>
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan Kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 39–47.
<https://doi.org/10.61787/taceee75>
- Siahaan, M., & Kelvin. (2023). Pengembangan Helpdesk Ticketing System berbasis Website dengan menggunakan metode SDLC, XP, dan Scrum. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, 4(3), 1399–1410.
<https://doi.org/10.30865/klik.v4i3.1400>
- Susanti, E. O. W., Ummami, I., & Winarti. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Jurnal Perkuliahan Berbasis Web Guna Meningkatkan Efektivitas Pembelajaran. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis (JTEKSIS)*, 4(2), 386–393.
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i2.556>
- Uminingsih, Nur Ichsanudin, M., Yusuf, M., & Suraya, S. (2022). Pengujian fungsional Perangkat Lunak Sistem informasi Perpustakaan Dengan METODE black box testing Bagi Pemula. *STORAGE: Jurnal Ilmiah Teknik Dan Ilmu Komputer*, 1(2), 1–8.
<https://doi.org/10.55123/storage.v1i2.270>