

Sistem Pemasaran Produk Pakaian Berbasis Website

Ahmad Suherman¹, Luqmanul Hakim², Muhamad Arazi Arsyil³, Perani Rosyani⁴

¹Fakultas Ilmu Komputer, Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

Email: ¹ahmadsuherman56207@gmail.com, ²lukmanmalvianu@gmail.com,
³araziarsyil618@gmail.com ⁴dosen00837@unpam.ac.id

Abstrak—Sistem pemasaran produk pakaian berbasis website telah menjadi fokus penting dalam industri fashion saat ini. Penelitian ini membahas pengembangan sistem pemasaran produk pakaian berbasis website yang efisien dan efektif. Pendekatan ini menggabungkan elemen-elemen penting seperti desain website yang menarik, pengelolaan inventaris yang cermat, dan analisis data pelanggan untuk meningkatkan pengalaman berbelanja secara online. Metode penelitian yang digunakan mencakup analisis waterfall, studi kasus, dan pengembangan prototipe sistem. Hasilnya menunjukkan bahwa sistem pemasaran produk pakaian berbasis website dapat membantu meningkatkan visibilitas merek, mencapai pasar yang lebih luas, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Studi ini memberikan wawasan berharga bagi perusahaan fashion yang ingin memanfaatkan potensi penuh pemasaran online untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Kata Kunci: Pemasaran Online, Produk Pakaian, Web

Abstract—Product marketing system marketing system has become an important focus in the fashion industry nowadays. This research discusses the development of an efficient and effective marketing system that is efficient and effective. This approach incorporates important elements elements such as attractive website design, careful inventory management, and customer data analysis to improve the shopping experience. and customer data analysis to improve the online shopping experience. The research methods used include waterfall analysis, case study, and system prototype development. system prototype development. The results show that a web-based clothing product marketing system marketing system can help increase brand visibility, reach a wider market, and increase customer satisfaction. and increase customer satisfaction. This study provides valuable insights for fashion companies who want to utilize the full potential of online marketing to improve their business performance.of online marketing to improve their business performance.

Keywords: Online Marketing, Clothing Products, Web

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital ini, teknologi berkembang pesat dan mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk cara berbelanja. Masyarakat kini lebih terbiasa berbelanja online karena kemudahan dan praktisnya. Hal ini membuka peluang bagi bisnis untuk menjangkau konsumen yang lebih luas melalui platform online. Persaingan dalam bisnis pakaian semakin ketat, mendorong para pelaku usaha untuk berinovasi dan meningkatkan strategi pemasaran mereka. Kehadiran platform online seperti website dan marketplace menjadi solusi untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.

Sistem produk pakaian berbasis web hadir sebagai solusi untuk mengatasi keterbatasan sistem penjualan tradisional. Sistem ini menawarkan banyak keuntungan bagi konsumen dan penjual, seperti jangkauan pasar yang luas, informasi produk yang lengkap, proses pembelian yang mudah, dan efisiensi bagi penjual. Tren gaya hidup yang semakin mengarah ke penggunaan teknologi juga turut mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Generasi milenial dan Generasi Z, yang secara luas mengadopsi teknologi sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, cenderung lebih memilih untuk berbelanja secara online.

1.2 Identifikasi Masalah

Jangkauan Pasar Terbatas: Toko fisik hanya menjangkau konsumen di area sekitar, membatasi potensi penjualan. Konsumen di luar jangkauan toko tidak dapat membeli produk, sehingga kesempatan menjangkau pasar luar kota atau luar negeri sangat terbatas.

1. Keterbatasan Analisis Penjualan: Tidak ada sistem yang memadai untuk menganalisis data penjualan. Penjual tidak mengetahui produk yang paling laku dan yang tidak, sehingga sulit membuat keputusan tepat tentang strategi penjualan dan pemasaran.
2. Proses Pembelian yang Rumit: Konsumen harus datang ke toko, yang memakan waktu dan tidak praktis. Antrian dan menunggu layanan staf toko dapat membuang waktu. Pembelian tidak bisa dilakukan di luar jam buka toko.

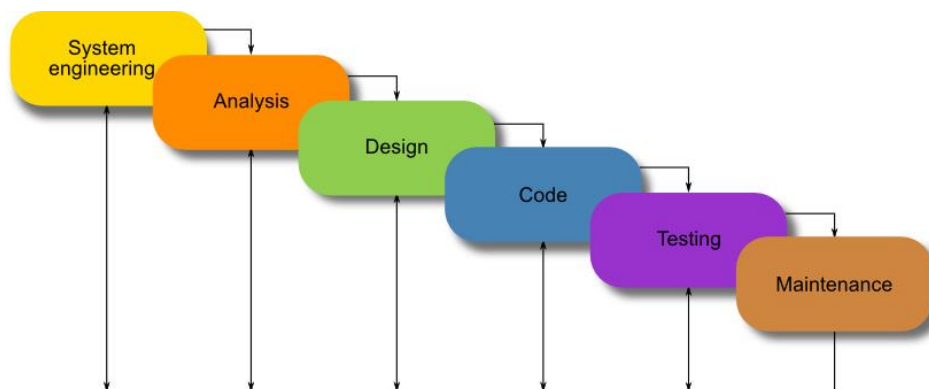
1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana cara mengembangkan sistem produk pakaian berbasis web yang dapat mengatasi keterbatasan sistem penjualan tradisional dan memberikan banyak keuntungan bagi bisnis dan konsumen?
2. Fitur apa saja yang harus dimiliki sistem produk pakaian berbasis web untuk mengatasi keterbatasan sistem penjualan tradisional?
3. Bagaimana cara merancang sistem produk pakaian berbasis web yang mudah digunakan dan menarik bagi konsumen?

2. METODE

2.1 Metode Pengembangan Sistem

Dengan metode pengembangan sistem ini penulis menggunakan metode *Waterfall* sebagai model untuk merancang sistem yang akan dibuat. Metode *Waterfall* adalah salah satu model pengembangan perangkat lunak yang paling tradisional dan *linear*. Metode ini terdiri dari serangkaian tahapan yang harus diselesaikan secara berurutan. Setiap tahapan harus diselesaikan sebelum tahapan berikutnya dimulai, sehingga memberikan struktur yang jelas dalam proses pengembangan sistem.



Adapun tahapan dalam metode *Waterfall* yang diterapkan dalam perancangan sistem ini adalah sebagai berikut:

1) *Requirement*

Tahap pertama metode *waterfall* ialah *requirement*, dimana pengembang harus mengetahui seluruh informasi mengenai kebutuhan *software*. Informasi tersebut dapat diperoleh dari wawancara atau survei untuk dianalisis hingga mendapatkan data yang lengkap.

2) *Design*

Tahapan berikutnya yaitu desain yang dilakukan sebelum memulai proses *coding*. Hal ini tujuannya agar memberikan gambaran lengkap mengenai apa saja yang harus dikerjakan serta bagaimana tampilan dari sebuah sistem yang diinginkan.

3) *Implementation*

Dalam tahap *implementation* akan dilakukan proses penulisan code dan pemeriksaan mendalam terhadap modul yang telah dibuat. Pembuatan *software* nantinya akan dipecah menjadi modul-modul kecil dan akan digabungkan dalam tahap berikutnya.

4) *Integration & Testing*

Tahapan metode *waterfall* ini nantinya dilakukan penggabungan modul-modul yang telah dibuat sebelumnya. Kemudian barulah dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah *software* sudah sesuai desain yang diinginkan, dan apakah masih ada kesalahan atau tidak.

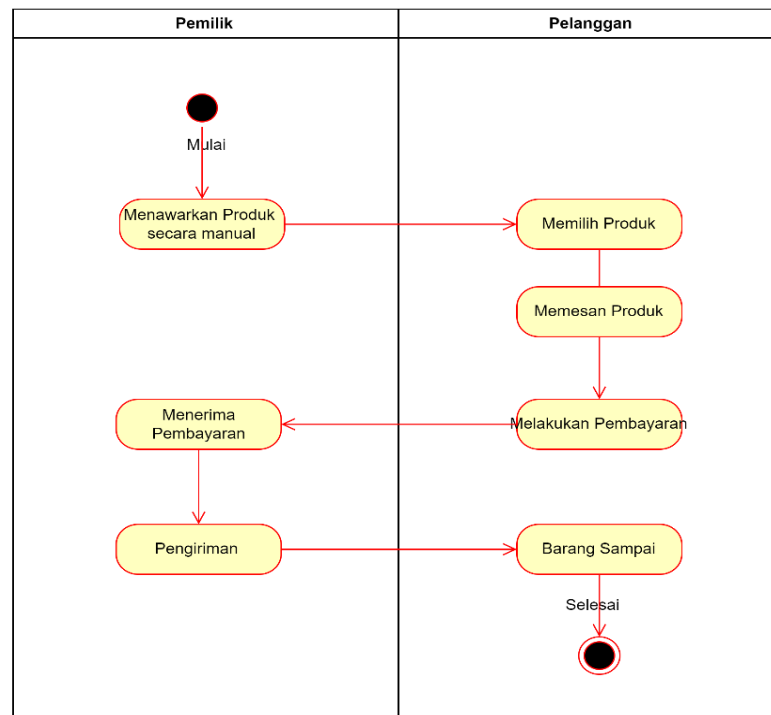
5) *Operation & Maintenance*

Operation & maintenance merupakan tahap terakhir pada metode *waterfall*. Pada tahapan yang terakhir ini, nantinya *software* yang sudah jadi akan dijalankan atau dioperasikan oleh penggunanya.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Sistem Berjalan

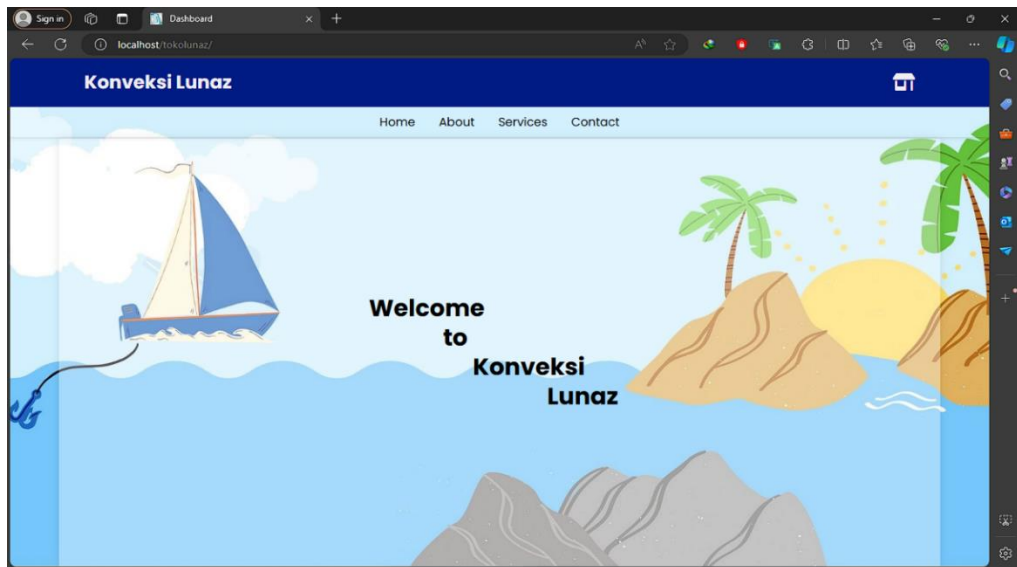
Activity diagram digunakan untuk menggambarkan kegiatan-kegiatan yang ada didalam suatu sistem. Agar dapat lebih memahami tentang sistem yang akan dibuat, maka perlu dibuatkan activity diagram tentang sistem yang sedang berjalan. Berikut merupakan activity diagram sistem yang sedang berjalan di Konveksi Lunaz sebagai berikut :



Gambar 1. Analisis sistem berjalan

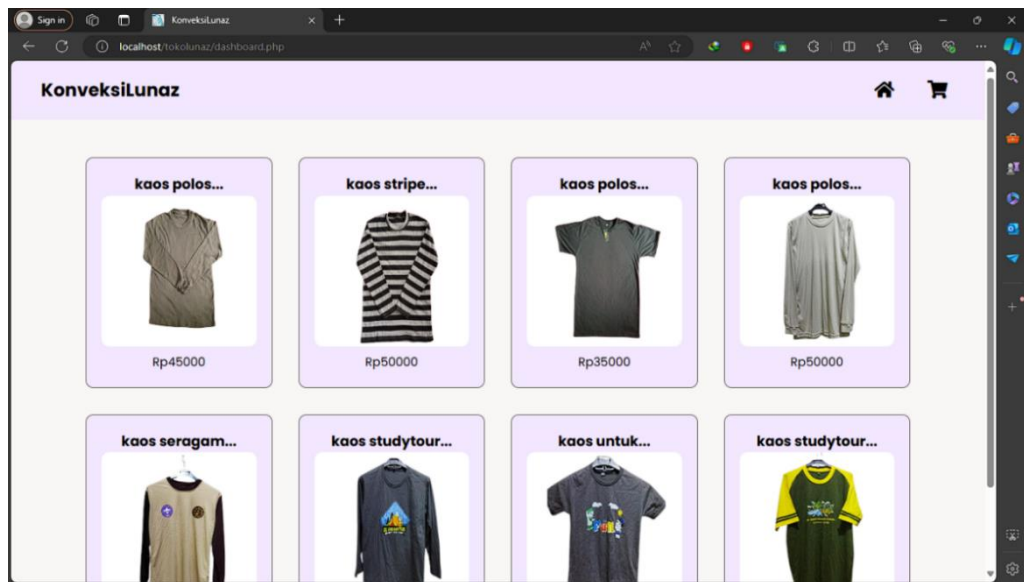
3.2 Implementasi Web

3.2.1 Rancangan Home Page



Gambar 2. Home Page

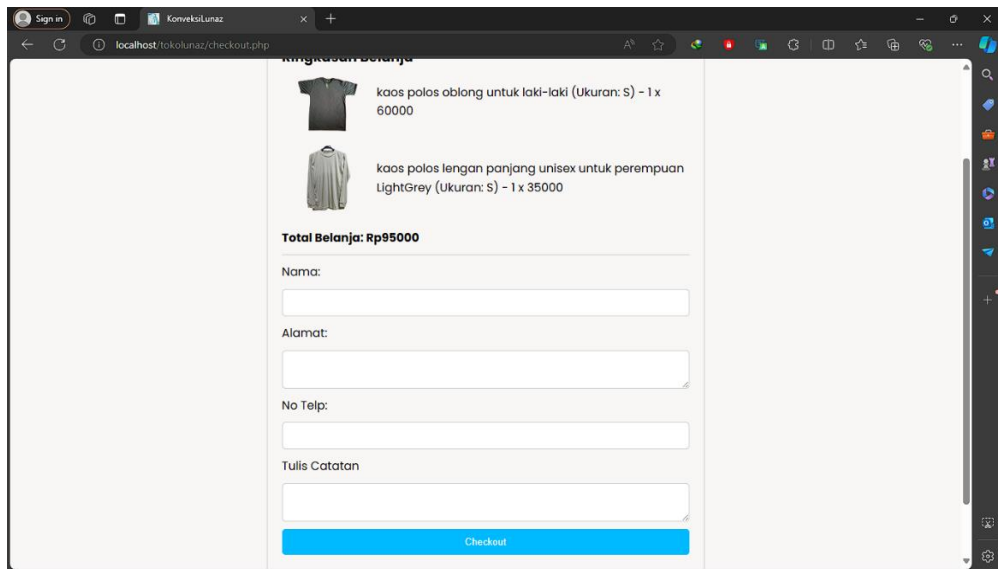
3.2.2 Produk Page



Gambar 3. produk page

Pada halaman Produk, pengguna dapat melihat berbagai produk yang tersedia, termasuk kaos, seragam, dan lain-lain

3.2.3 Form Pemesanan



Gambar 4. Form Pemesanan

Pada halaman Pemesanan, pengguna diharuskan mengisi formulir yang tersedia untuk melanjutkan proses pemesanan produk

4. KESIMPULAN

1. Peningkatan Efisiensi Operasional

Perancangan sistem pemasaran produk pakaian berbasis web berhasil meningkatkan efisiensi operasional toko. Proses pemesanan, dan pencatatan transaksi menjadi lebih cepat dan akurat, mengurangi kesalahan manusia dan waktu yang diperlukan untuk manajemen manual.

2. Kemudahan Akses bagi Pelanggan

Dengan adanya sistem berbasis web, pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai produk, melakukan pemesanan dari mana saja dan kapan saja. Hal ini meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan secara signifikan.

3. Peningkatan Jangkauan Pasar

Implementasi toko berbasis web memungkinkan Konveksi Lunaz untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pelanggan di luar daerah lokal. Dengan demikian, potensi penjualan meningkat seiring dengan peningkatan visibilitas dan aksesibilitas toko.

Secara keseluruhan, perancangan sistem pemasaran produk pakaian berbasis web pada toko Konveksi Lunaz telah memberikan manfaat yang signifikan baik dari segi operasional internal maupun pengalaman pelanggan. Implementasi sistem ini merupakan langkah strategis yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis di era digital

REFERENCES

- Andriansyah, M. Z. (2020). Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi Penyewaan Baju Berbasis Web Pada Suryani Salon. *JURNAL PERANGKAT LUNAK*, 2(2), 85–93. <https://doi.org/10.32520/jupel.v2i2.1123>
- Nurlailah, E., & Nova Wardani, K. R. (2023). PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI OLEH-OLEH KHAS KOTA PAGARALAM. *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 8(4), 1175–1185. <https://doi.org/10.29100/jipi.v8i4.4006>

- Renatha, F. A., Satoto, K. I., & Nurhayati, O. D. (2015). Perancangan dan Pengembangan Sistem Informasi Perpustakaan Berbasis Web (Studi Kasus Jurusan Sistem Komputer). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 3(3), 343–353. <https://doi.org/10.14710/jtsiskom.3.3.2015.343-353>
- Ripani, A., Nurhaeni, N., & Prastya, S. E. (2023). Analisis dan Perancangan Sistem Penjualan pada Toko Ripani Berbasis Web. *Infomatek*, 25(2), 117–124. <https://doi.org/10.23969/infomatek.v25i2.10350>
- Sari, E. Puspita, Eni Pudjarti, and Helma Susanti. "Sistem Informasi Penjualan Pakaian Wanita Berbasis Web (E-Commerce) Pada Pt. Bunitop Indonesia." *J. Teknol. Inf. Mura* 12.01 (2020): 1-13.
- Widiana, Siska Ayu, et al. "Aplikasi Penjualan Baju Berbasis Web (E-Commerce) dengan Formulasi Penyusunan Kode." *Journal of Information Technology, Software Engineering and Computer Science* 1.1 (2023): 35-43.
- Zaliluddin, Dadan, and Rohmat Rohmat. "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus Pada Newbiestore)." *INFOTECH journal* 4.1 (2018).
- Wasiyanti, Sri, and Dede Barkah. "Sistem Informasi Penjualan Baju Berbasis Web Pada Project Distro Depok." *Jurnal Perspektif* 16.2 (2018): 125-135.
- Oktavia, Elsa, Yulindon Yulindon, and Rahmat Hidayat. "Pengembangan Sistem Informasi Industri Jasa Menjahit Online Berbasis Web Menggunakan Metode Waterfall." *JISKA (Jurnal Informatika Sunan Kalijaga)* 5.2 (2020): 116-124.