

Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Toko Pakaian Anak Amanda Fashion

Dea Ananda Pratiwi

Universitas Harapan Medan, Jl. HM. Joni No.70 C, Medan 20216, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima Redaksi: 25 September 2023

Revisi Akhir: 05 Oktober 2023

Diterbitkan Online: 20 Oktober 2023

KATA KUNCI

UMKM, Fashion, Digital Marketing.

KORESPONDENSI

E-mail: anandadeapратиwi@gmail.com

A B S T R A K

Perkembangan Teknologi dan Informasi yang sangat pesat mendapatkan respon positif dari masyarakat. Salah satu media informasi yang sering digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari yaitu internet. Digital marketing telah menjadi perubahan paradigma dalam industri fashion dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digitalisasi. Era ini telah memaksa industri fashion dan UMKM untuk merumuskan ulang strategi pemasaran mereka, dengan penekanan yang lebih besar pada penggunaan platform digital sebagai alat utama untuk mencapai pelanggan. Penelitian ini mengeksplorasi peran yang dimainkan oleh digital marketing dalam membentuk ulang industri fashion dan mendukung pertumbuhan UMKM. Kami menganalisis bagaimana penggunaan media sosial, e-commerce, dan teknologi digital lainnya telah memungkinkan para pelaku bisnis fashion untuk menjalankan kampanye pemasaran yang lebih personal, berinteraksi secara lebih langsung dengan pelanggan, dan mengoptimalkan proses penjualan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM dalam industri fashion yang memanfaatkan strategi digital marketing dengan bijak telah mampu memperluas jangkauan mereka dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini memberikan wawasan tentang perubahan dramatis dalam pemasaran fashion di era digital dan memberikan panduan praktis bagi UMKM fashion yang ingin memanfaatkan potensi penuh digital marketing untuk memperkuat merek mereka, menjangkau pelanggan yang lebih luas, dan mengukuhkan posisi mereka dalam industri yang terus berubah.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi dan Informasi yang sangat pesat mendapatkan respon positif dari masyarakat. Salah satu media informasi yang sering digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari yaitu internet. “Inter Connection Networking (internet)” adalah jaringan komputer yang menghubungkan antar jaringan secara global, internet dapat juga disebut jaringan dalam suatu satu jaringan yang luas [1]. Dengan memanfaatkan internet masyarakat bisa mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat. Pesatnya perkembangan teknologi juga

berimbas pada dunia pemasaran. Pemasaran sebuah bisnis tidak hanya dilakukan dengan cara konvensional atau manual saja, tetapi juga merambah ke pemasaran secara digital yaitu dengan memanfaatkan sumber-sumber teknologi informasi yang dimiliki saat ini.

Digital Marketing dapat membantu membantu pelaku usaha contohnya adalah UMKM dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka serta mampu memperluas pasar baru yang sebelumnya tertutup atau terbatas karena adanya keterbatasan waktu, jarak dan cara berkomunikasi [1]. Selain itu, Pemasaran produk menggunakan digital marketing dan memanfaatkan media

sosial dapat menjangkau konsumennya secara langsung dan dapat menekan biaya promosi [2]. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain, Facebook, Youtube, Instagram, dan media sosial lainnya. Koperasi dan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam peningkatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) satu negara khususnya di Indonesia dengan menghadapi Era Industri 4.0 [1]. UMKM memiliki peran vital dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional [2].

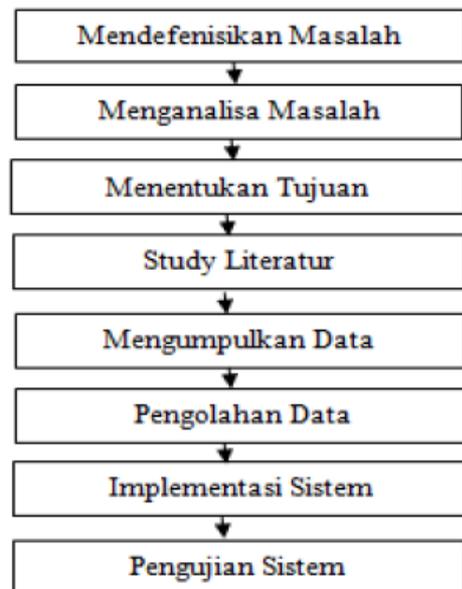
Era globalisasi yang berkembang pesat juga menyebabkan banyaknya usaha baru yang bermunculan sehingga meningkatkan jumlah pesaing didalam dunia bisnis. Di Indonesia, bisnis yang semakin pesat perkembangannya yaitu bisnis ritel. Tuntutan era yang semakin modern menyebabkan kebutuhan konsumen akan *fashion* semakin meningkat karena berpengaruh terhadap *lifestyle* (gaya hidup) mereka [3]. *Fashion* merupakan hal yang sangat penting dalam menunjang penampilan seseorang. Tidak hanya orang dewasa, bahkan anak-anak pun dituntut untuk memperhatikan penampilan mereka. Dari waktu ke waktu, *Fashion* digunakan untuk menunjukkan jadi diri seseorang. Dengan cara berpakaian, dapat terlihat perbedaan kelas dan identitas sosial dari seseorang [3].

Toko Amanda Fashion adalah toko pakaian yang menjual pakaian anak-anak serta pakaian dewasa dan juga hijab. Toko ini terletak di jl. Denai no.210. Toko amanda fashion saat ini masih melakukan transaksi jual beli secara manual, dimana pelanggan datang ketoko dan melakukan transaksi jual beli secara langsung di tempat. Hal itu menyebabkan omset penjualan toko terbatas dan sulit bersaing dengan toko-toko sekitar yang sudah lebih dulu melakukan penjualan secara digital. Oleh karena itu, penulis tertarik memakai marketing digital sebagai strategi pemasaran di toko Amanda Fashion. Strategi *Digital marketing* yang bisa dilakukan misalnya dengan memanfaatkan *platform-platform sosial media* dan *marketplace* yang ada serta bisa dengan membuat *website* online. Dengan melakukan hal itu, para pelanggan atau calon pelanggan akan lebih mudah mendapatkan informasi tentang produk yang dimiliki, serta konsumen yang berada di luar daerah akan tertarik dan tidak perlu repot datang ke lokasi untuk membeli atau memesan produk yang ada ditoko amanda fashion. Dengan adanya penelitian ini pemilik toko akan mengerti kegunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, selain itu dengan adanya akun *sosial media* atau *marketplace* dapat mengedukasi pemilik toko untuk lebih mengenal teknologi dalam dunia pemasaran.

2. METODE

Dari kasus yang terjadi pada toko amanda fashion maka metode yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif, dengan menganalisis permasalahan yang terjadi kemudian dilanjutkan dengan perancangan serta pembuatan logo, e-commerce, sosial media, dan website online. Untuk menyelesaikan permasalahan penulis menggunakan metode penelitian yang dilakukan secara sistematis yaitu sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian ini, agar hasil yang dicapai tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Penelitian ini yakni pembuatan sistem berbasis web yang didukung dengan bahasa pemrograman *web* dan *mysql*. Pengumpulan data dilakukan secara observasi yaitu dengan datang langsung kelapangan sehingga menggambarkan realitas masalah yang sebenarnya [4].

Berikut merupakan tahapan metode penelitian yang dilakukan agar tidak terjadi kerancuan dan hasil yang didapatkan maksimal.



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

1. Mengidentifikasi Masalah
Pada tahap ini dilakukan peninjauan dan mengamati sistem yang akan diteliti serta melakukan eksplorasi lebih dalam.
2. Menganalisa Masalah
Setelah permasalahan nya ditemukan, selanjutnya dilakukan lagi analisa terhadap masalah
3. Menentukan Tujuan
Dari permasalahan yang telah dianalisa, langkah berikutnya ditentukan lagi tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini.
4. Studi Literatur
Dalam penelitian ini, penulisan menggunakan referensi dari berbagai kaidah, buku-buku, jurnal, teori-teori dll.

5. Mengumpulkan Data

Dalam tahap ini, proses pengumpulan data secara observasi lapangan yaitu datang langsung ke Toko Amanda Fashion serta tidak lupa melakukan wawancara dengan pemilik toko.

2.1. Implementasi Sistem

Saat membuat sistem informasi yang sudah di desain pasti juga diperlukan sebuah implementasi sistem, karena implementasi sistem biasanya digunakan sebagai tolak ukur atau kegiatan pengujian dan analisa program terhadap sistem yang telah dibuat. Tujuan dari implementasi sistem yaitu untuk mengetahui apakah aplikasi yang dibuat sesuai dengan perancangannya. Selain itu, hal ini juga untuk mengetahui apakah aplikasi berjalan dengan lancar atau adakah kesalahan yang terjadi sehingga mudah melakukan perbaikan serta pengembangan lebih lanjut. Didalam tahap implementasi sistem terdapat beberapa faktor pendukung, diantaranya:

2.1.1 Kebutuhan Perangkat Keras (*Hardware*)

Agar sebuah sistem dapat berjalan seperti yang diinginkan, sistem komputerisasi tidak bisa berpisah dari *software* dan *hardware*. Berikut merupakan hardware yang diperlukan didalam pembuatan sistem toko amanda fashion seperti seperangkat computer.

1.1.2 Kebutuhan Perangkat Lunak (*Software*)

Software (perangkat lunak) merupakan program aplikasi siap pakai yang akan digunakan untuk pemrosesan atau pengolahan sistem yang sedang dibangun. Dalam pembuatan web tentu saja sangat diperlukan yang namanya *software*. *Software* adalah program komputer yang dirancang dengan bahasa pemrograman sehingga dapat dimengerti oleh komputer. *Software* yang digunakan toko amanda fashion diantaranya :

- PHP merupakan *software open source* dan juga *software cross platform*, jadi bisa berjalan dengan baik pada *windows* maupun *Unix (linux)*. Kelebihan *PHP* adalah konektivitasnya dengan *database*, namun yang paling ideal dan banyak digunakan adalah menggunakan *database MySql* [5].
- Bootstrap merupakan salah satu kerangka kerja (*framework*) yang digunakan untuk membangun tata letak dan antarmuka pengguna pada situs web dan aplikasi web. Bootstrap dapat diunduh dari situs web resmi kemudian memasukkan file-file Bootstrap ke dalam sebuah proyek web.
- XAMPP mempunyai kemampuan untuk menjalankan server web (Apache), sistem manajemen basis data (MySQL/MariaDB), serta bahasa pemrograman server-side (PHP) di

komputer lokal, tanpa perlu menghubungkan ke server eksternal. Xampp berguna dalam mengembangkan, menguji, serta mendeploy sebuah situs web atau aplikasi web secara lokal sebelum menerapkannya secara online. Fitur yang tersedia di Xampp cukup lengkap namun gampang di gunakan serta bisa dipakai secara gratis.

- MySQL adalah Relational Database Management Sistem (RDBMS) yang didistribusikan secara gratis di bawah lisensi GPL (General Public License). Dimana setiap orang bebas untuk menggunakan MySQL, namun tidak boleh dijadikan produk turunan yang bersifat close source atau komersial[5]. RDBMS adalah program yang memungkinkan pengguna database untuk membuat, mengelola, dan menggunakan data pada suatu model relational. Dengan demikian, tabel-tabel yang ada pada database memiliki relasi antara satu tabel dengan tabel lainnya.
- Sublime Text 3 merupakan sebuah teks editor yang sangat populer dan serbaguna, digunakan oleh para pengembang perangkat lunak dan programmer untuk menulis dan mengedit kode dalam berbagai bahasa pemrograman.

2.2.3 Kebutuhan Perangkat Manusia (*Brainware*)

Kebutuhan brainware yang diperlukan dalam penerapan program ini yaitu :

- Admin bertugas mengupdate setiap produk yang dimiliki toko amanda fashion. Admin juga bertugas sebagai pengecek data serta yang memiliki wewenang penting.
- Pegawai atau Karyawan akan bertugas dalam membalas pesan dan berhubungan langsung dengan konsumen
- Konsumen atau pelanggan yaitu orang yang memakai sistem ini untuk berbelanja dan mengetahui beberapa hal tentang toko secara online

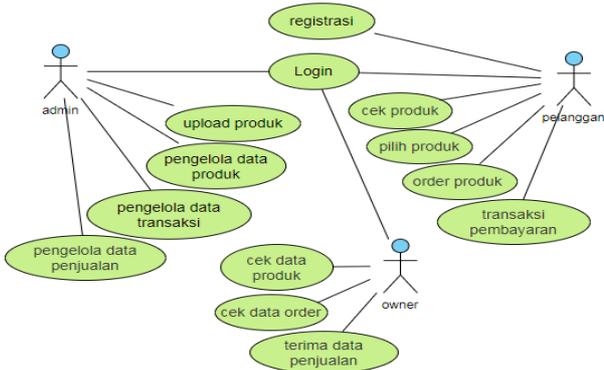
3. PEMBAHASAN

Perancangan sistem dilakukan dengan menggunakan UML (*Unified Modeling Language*). UML adalah sebuah pemodelan visual yang digunakan untuk memvisualisasi, menspesifikasikan, membangun, dan pendokumentasian dari sebuah sistem pengembangan software berbasis OO (*Object-Oriented*)[6]. UML merupakan sebuah standar penulisan atau semacam *blue print* dimana didalamnya terdapat sebuah proses bisnis, penulisan kelas-kelas dalam sebuah bahasa yang spesifik[7]. Diagram yang digunakan didalam penelitian ini antara lain *usecase diagram*, *activity diagram*, *class diagram*, dan *sequence diagram*.

Ada pula alat bantu seperti desain tabel serta desain antarmuka (*interface*).

3.1. Usecase Diagram

Use case diagram menjelaskan manfaat dari aplikasi jika dilihat dari sudut pandang orang yang berada diluar sistem (aktor)[5]. Use case diagram melakukan pekerjaan tertentu seperti, login ke sebuah sistem, mengcreate produk, dan lainnya. Berikut merupakan use case diagram dari sistem yang telah dirancang :



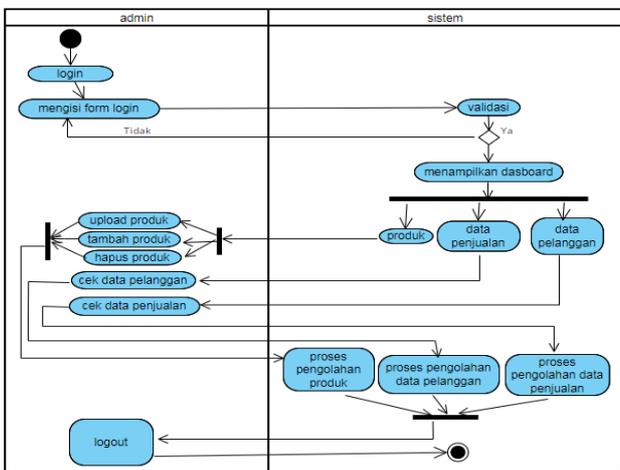
Gambar 2. Use Case Diagram

3.2. Activity Diagram

Activity diagram menggambarkan aktivitas sistem bukan apa yang dilakukan oleh aktor. Sebuah aktivitas dapat direalisasikan oleh satu use case atau lebih. Activity Diagram menggambarkan proses yang berjalan, sementara use case Diagram menggambarkan bagaimana aktor menggunakan sistem untuk melakukan aktivitas[5]. Didalam penelitian ini ada 3 activity diagram yaitu sebagai berikut:

3.2.1 admin

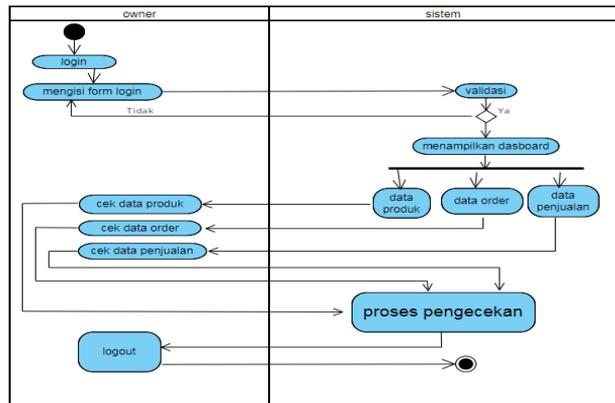
berikut merupakan aktivitas dari admin. Admin dapat melakukan upload, menambah, bahkan menghapus produk, serta dapat mengecek data pelanggan dan data penjualan.



Gambar 3. Activity Diagram Admin

3.2.2 owner

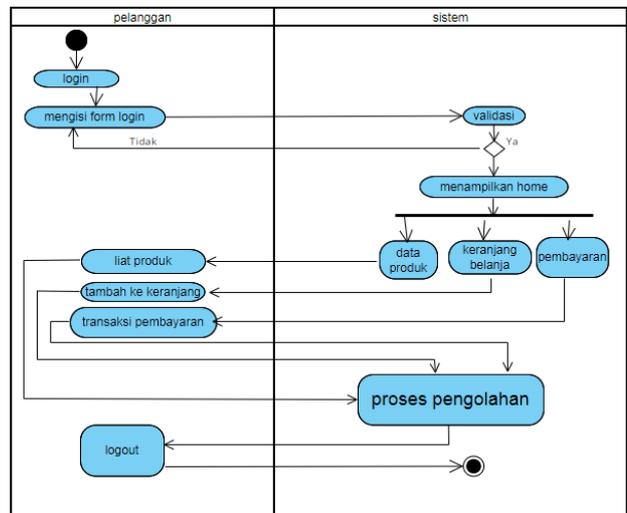
berikut erupakan aktivitas yang bisa dilakukan owner didalam sistem. Owner dapat mengecek produk, data order, srta data penjualan.



Gambar 4. Activity Diagram Owner

3.2.3 pelanggan

berikut merupakan aktivitas yang dilakukan pelanggan, diantara yaitu melihat produk, menambah produk kedalam keranjang, dan melakukan transaksi.



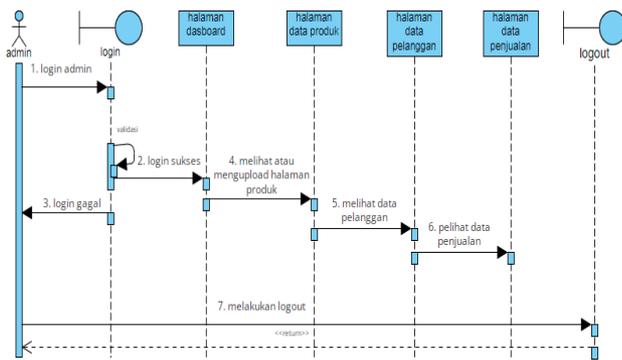
Gambar 5. Activity Diagram Pelanggan

3.3 Sequence Diagram

Sequence diagram menjelaskan interaksi antar objek di dalam dan di sekitar system yaitu berupa pesan (*message*) yang disusun dalam suatu urutan waktu yaitu urutan kejadian yang dilakukan oleh seorang aktor dalam menjalankan sistem. Diagram ini menunjukkan bagaimana detail operasi dilakukan, pesan apa yang dikirim dan kapan terjadinya. Sequence diagram juga digunakan untuk memperjelas interaksi antar objek dalam perintah yang berurutan[5]. Sequence Diagram di dalam penelitian ini terdapat 2 tampilan yaitu tampilan admin/owner dan tampilan pelanggan.

3.3.1. Tampilan Admin/owner

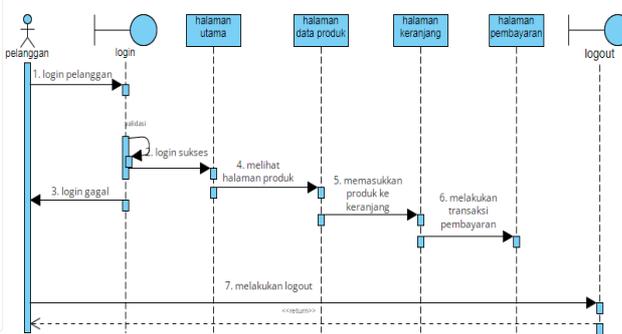
Berikut merupakan sequence diagram dari admin atau owner.



Gambar 6. Sequence Diagram Admin/Owner

3.3.2 tampilan pelanggan

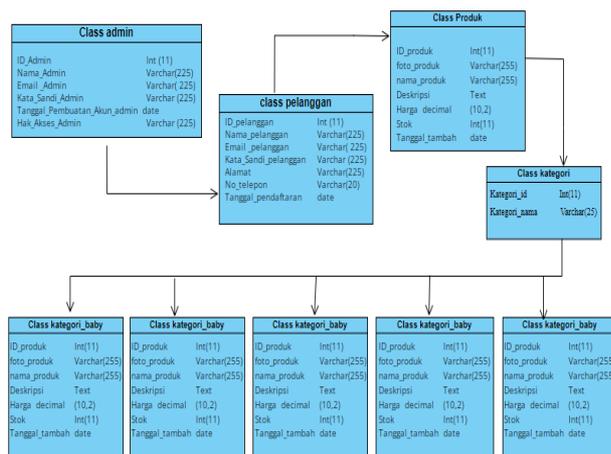
Ini merupakan tampilan sequence diagram dari pelanggan



Gambar 7. Sequence Diagram Pelanggan

3.4. Class Diagram

Class diagram memberikan gambaran hubungan antara tabel-tabel yang ada dalam database. Masing-masing class memiliki atribut dan metode atau fungsi sesuai dengan proses yang terjadi[5]. Berikut merupakan class diagram dari penelitian ini.



Gambar 8. Class Diagram Sistem

3.5. Desain Tabel

Sama seperti perancangan sistem pada umumnya, penelitian ini uga memiliki tabel. Tabel-tabel tersebut terdiri dari tabel admin, tabel pelanggan, tabel produk, dan tabel kategori.

3.5.1. Tabel admin

Tabel 1. Desain Tabel Admin

No	Nama field	Tipe data	Ukuran
1	ID_Admin	Int	11
2	Nama_Admin	Varchar	225
3	Email_Admin	Varchar	225
4	Kata_Sandi_Admin	Varchar	225
5	Tanggal_Pembuatan_Akun_admin	Date	
6	Hak_Akses_Admin	Varchar	225

Berikut ini merupakan desain dari tabel admin yg memiliki id_admin sebagai kata kuncinya.

3.5.2. Tabel pelanggan

Tabel 2. Desain Tabel Pelanggan

No	Nama field	Tipe data	Ukuran
1	ID_Pelanggan	Int	11
2	Nama_Pelanggan	Varchar	255
3	Email_Pelanggan	Varchar	255
4	Kata_sandi_Pelanggan	Varchar	255
5	Alamat	Varchar	255
6	No_telepon	Varchar	20
7	Tanggal_Pendaftaran	Date	

Ini merupakan tabel dari desain pelanggan yang dirancang buat sistem. Id_pelanggan merupakan primary key nya.

3.5.3 Tabel kategori

Tabel 3. Desain Tabel Kategori

No	Nama field	Tipe data	Ukuran
1	Kategori_id	Int	11
2	Kategori_nama	Varchar	25

Berikut merupakan desain tabel kategori ari produk-produk toko yang dimiliki.

3.5.3 Tabel produk

Tabel 4. Desain Tabel Produk

No	Nama field	Tipe data	Ukuran
1	ID_produk	Int	11
2	foto_produk	Varchar	255
3	nama_produk	Varchar	255
4	Deskripsi	Text	
5	Harga	decimal	(10,2)
6	Stok	Int	11
7	Tanggal_tambah	date	

Tabel diatas merupakan desain dari tabel produk yang akan digunakan.

4. HASIL

Sistem yang sudah dibuat tentu harus diuji apakah terdapat kesalahan atau tidak didalamnya. Tujuan pengujian sistem yaitu untuk memastikan bahwa sistem beroperasi sesuai dengan yang diharapkan, terbebas dari kesalahan yang signifikan, dan memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan. Pengujian membantu mengidentifikasi masalah sebelum mencapai pengguna akhir dan memastikan bahwa sistem siap untuk digunakan.

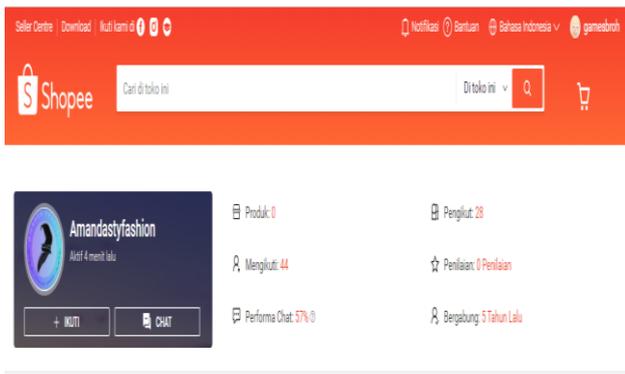
4.1. Tampilan logo



Gambar 9. Tampilan Logo Toko

Logo biasanya digunakan sebagai identitas sebuah toko. Logo ini akan digunakan sebagai lambang di seluruh sosial media, marketplace, maupun website yang dimiliki toko. Berikut merupakan tampilan logo yang sudah di desain.

4.2. Tampilan ecommerce/ marketplace



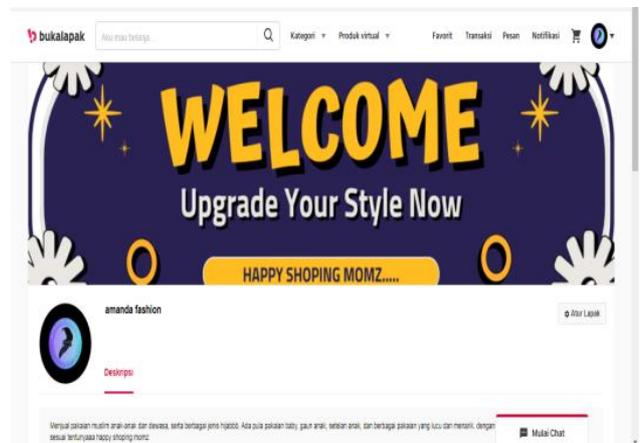
Gambar 10. Tampilan Akun Shopee

Berikut merupakan tampilan dari akun shopee yang sudah dibuat. Pada akun ini admin bisa menshare produk yang tersedia di toko. Tampilan juga bisa diedit karena ada beberapa template yang disediakan aplikasi untuk pengguna. Di akun ini juga bisa melakukan pemasaran secara video live.



Gambar 11. Tampilan Akun Tokopedia

Tampilan berikut merupakan tampilan dari akun tokopedia yang telah dibuat. Pada tokopedia admin atau owner bisa memasukkan produk, harga serta stok barang. Biasanya aplikasi juga menyediakan fitur pengiriman gratis dan lainnya.



Gambar 12. Tampilan Akun Bukalapak

Berikut merupakan tampilan dari akun bukalapak. Diantara ketiga akun di atas, akun bukalapak adalah akun yang paling mudah dan simple untuk dibuat. Sama seperti ecommerce yang lainnya, pada akun ini owner dan admin juga bisa berjualan online dengan menikmati fitur yang disediakan aplikasi untuk pengguna.

4.3 Tampilan Sosial Media

Selain marketplace toko amanda fashion juga memakai sosial media marketing sebagai strategi pemasaran. Berikut tampilan sosial media yang toko amanda fashion miliki



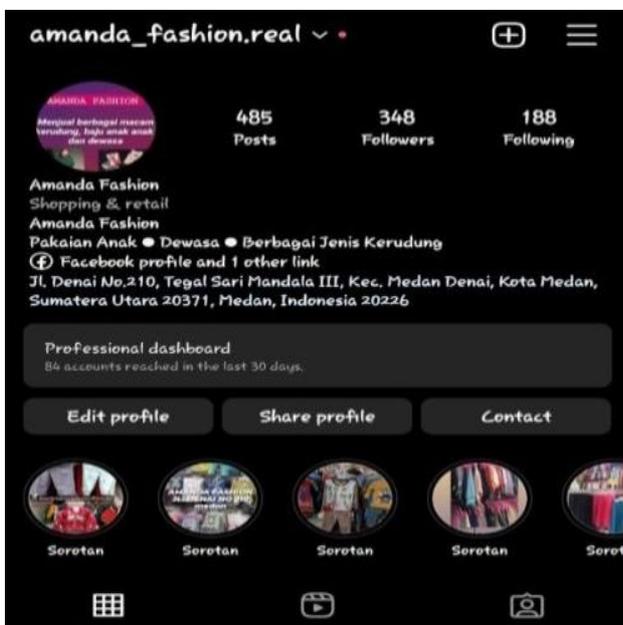
Gambar 13. Tampilan Akun Facebook

Sebelum melakukan penelitian ini, toko amanda fashion sudah memiliki akun facebook yang digunakan untuk live ataupun melakukan promosi. Karena akun tersebut merupakan akun pribadi maka penulis membuat akun baru khusus bisnis. Pada akun facebook ini admin bisa melakukan siaran langsung di akun pribadi atau melakukan siaran di akun komunitas.



Gambar 14. Tampilan Akun Twitter

Tampilan berikut merupakan tampilan pada media sosial twitter. Pada media sosial ini bisa dilakukan pemasaran dengan cara memposting foto produk dan memberikan sedikit penjelasan detail produk. Pelanggan dan calon pelanggan bisa berkomentar dan berinteraksi secara langsung dengan admin ataupun owner.



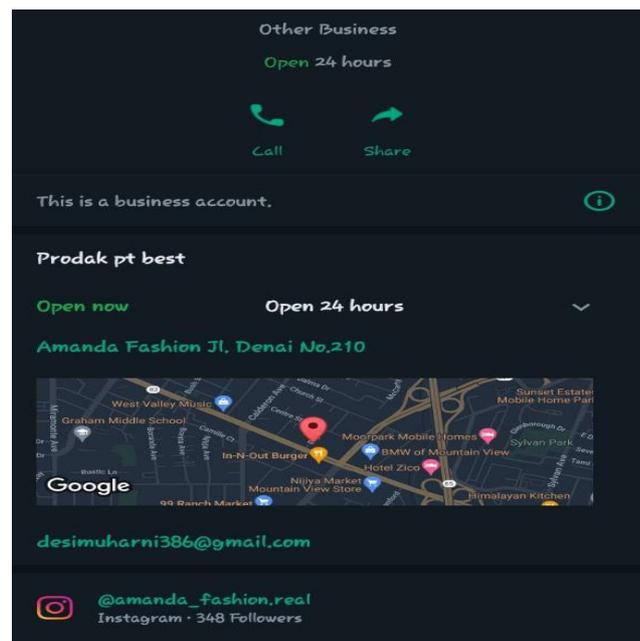
Gambar 15. Tampilan Akun Instagram

Sama seperti facebook, amanda fashion juga memiliki akun instagram yang sudah lama dipakai untuk memasarkan produknya. Akun instagram ini sudah ada dari sekitar 1 tahun lalu. Pada akun ini admin atau owner bisa memposting video, foto, carousel, hingga melakukan siaran langsung untuk pemasaran produk.



Gambar 16. Tampilan Akun Threads

Tampilan berikut merupakan tampilan pada media sosial threads. Pada media sosial ini bisa dilakukan pemasaran dengan memposting foto produk dan memberikan sedikit penjelasan detail produk. Pelanggan juga bisa berkomentar dan berinteraksi secara langsung dengan admin.



Gambar 17. Tampilan Akun WhatsApp

Berikut merupakan tampilan dari whatsapp owner toko. Dengan menggunakan whatsapp maka pelanggan bisa bertanya seputar produk dan bisa juga langsung bertransaksi dengan owner secara langsung.

4.3. Tampilan Website/Sistem

Website adalah sebuah aplikasi yang bisa diakses oleh semua orang diberbagai wilayah dengan menggunakan jaringan Internet. Sebuah halaman website mempunyai informasi dokumen-dokumen seperti text, gambar, suara, video menggunakan protokol HTTP (hypertext transfer protokol) (Hasugian, 2018) [8]. Terdiri

dari 2 tampilan yaitu tampilan admin dan tampilan pelanggan

4.3.1. Tampilan Admin

Tampilan ini maksudnya yaitu tampilan yang hanya bisa dilihat dan diakses oleh admin, owner ataupun karyawan yang dipercaya untuk mengelola website. Ada beberapa hal yg dikhususkan untuk admin yaitu :



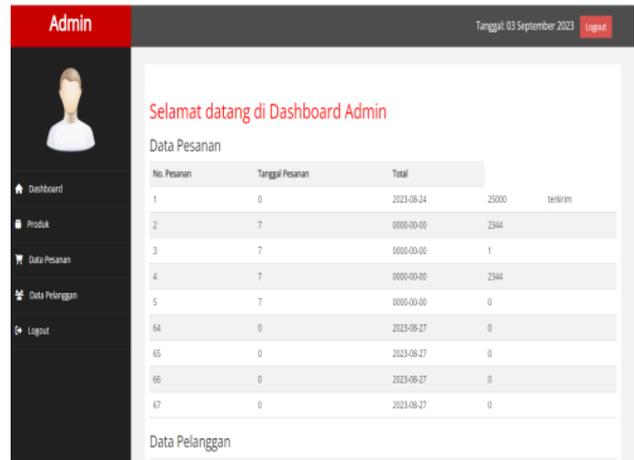
Gambar 18. Tampilan Login Admin

Tampilan ini merupakan tampilan yang akan munculdihat admin ingin login ke website online yang sudah dirancang dan dibuat. Saat ingin melakukan login, admin perlu mengisi email dan juga kata sandi. Jika lupa kata sandi maka admin bisa klik tulisan lupa kata sandi dibagian bawah tombol login.



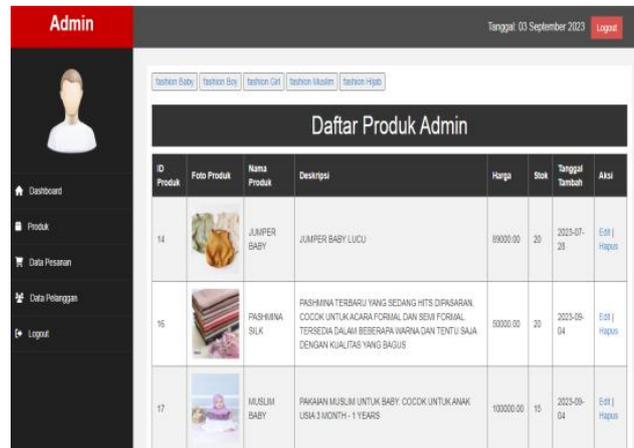
Gambar 19. Tampilan Daftar Admin

Sebelum melakukan login, jika tidak memiliki akun maka admin harus melakukan pendaftaran terlebih dahulu. Tampilan diatas adalah tampilan yang akan muncul disaat admin ingin mendaftar. Pada saat melakukan pendaftar akun admin ataupun owner cukup mengisi biodata diri seperti nama, email dan juga kata sandi, setelah lengkap barulah klik tombol daftar untuk memproses pendaftaran



Gambar 20. Tampilan Dashboard Admin

Setelah melakukan login maka yang pertama muncul adalah tampilan dashboard. Dashboard admin yaitu pusat control panel yang berfungsi mengatur semua kegiatan yang ada di website. Dashboard admin ini berisi tentang data produk, data pesanan, hingga data pelanggan.



Gambar 21. Tampilan Produk Admin

Tampilan berikut menunjukkan produk apa yang ada di website. Pada daftar produk admin ini, admin atau owner bisa melakukan menginputan, mengedit, serta menghapus sebuah produk yang dimiliki toko.



Gambar 22. Tampilan Tambah Produk Admin

Tampilan diatas menunjukkan bagaimana jika admin atau owner ingin melakukan penambahan produk. Saat melakukan penambahan produk maka admin atau owner cukup mengisi format seperti gambar 2.1 diatas. Yaitu dengan mengisi nama produk, menuliskan

deskripsi, harga stok, tanggal tambah, hingga memberikan foto produk, setelah semua ditulis sesuai format maka klik tombol tambah produk dibagian bawah.

ID Pesanan	ID Pelanggan	Tanggal Pesanan	Total Harga	Status Pesanan	Aksi
1	0	2023-08-24	25000	terkirim	Detail Ubah Pesanan
2	7	0000-00-00	2344		Detail Ubah Pesanan
3	7	0000-00-00	1		Detail Ubah Pesanan
4	7	0000-00-00	2344		Detail Ubah Pesanan
5	7	0000-00-00	0		Detail Ubah Pesanan
64	0	2023-08-27	0		Detail Ubah Pesanan
65	0	2023-08-27	0		Detail Ubah Pesanan
66	0	2023-08-27	0		Detail Ubah Pesanan
67	0	2023-08-27	0		Detail Ubah Pesanan

Gambar 23. Tampilan Data Pesanan Admin

Tampilan diatas menunjukkan data pesanan yang diterima dan harus diproses oleh admin atau owner. Setelah pelanggan melakukan proses transaksi, maka data pesannya akan muncul seperti gambar 2.2 diatas. Admin atau owner cukup melihat detail pesanan untuk melakukan proses packing dan kemudian mengirim pesanan yang diminta pelanggan.

ID Pelanggan	Nama Pelanggan	Email Pelanggan	Alamat	Nomor Telepon	Tanggal Pendaftaran
7	vivind desmarwar wau	vivindesmarwar2000@gmail.com			0000-00-00
8	rosmani	anandaprativi@gmail.com			0000-00-00
9	hehehe	gamestroh17@gmail.com			0000-00-00

Gambar 24. Tampilan Data Pelanggan

Tampilan berikut merupakan tampilan data pelanggan yang sudah daftar di situs website yang admin atau owner miliki. Tampilan ini menunjukkan informasi tentang nama pelanggan, email pelanggan, hingga tanggal berapa mereka melakukan pendaftaran.

4.3.2. Tampilan pelanggan

Login Member

Email

Kata Sandi:

[Lupa Kata Sandi?](#) | [Daftar?](#)

Gambar 23. Login Pelanggan

Tampilan diatas merupakan tampilan yang akan muncul saat member atau pelanggan ingin melakukan login. Saat login pelanggan atau member cukup mengisi email dan juga kata sandi kemudian klik tombol login. Terdapat 2 pilihan dibagian bawah tombol login yaitu lupa kata sandi dan juga daftar.

Daftar Member Baru

Nama Lengkap

Email:

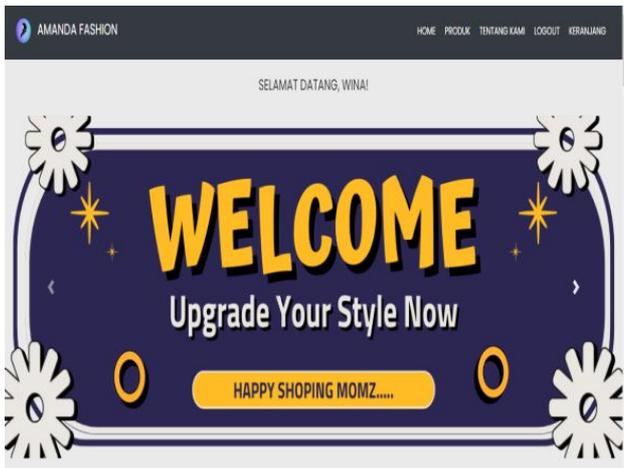
Kata Sandi:

Sudah memiliki akun? [Login](#)

Gambar 24. Tampilan Daftar Pelanggan

Tampilan diatas yaitu tampilan yang akan muncul saat pelanggan ingin mendaftar website. Saat melakukan pendaftaran pelanggan atau calon pelanggan cukup mengisi formulir yang tersedia. Formulirnya seperti nama lengkap, email, dan juga kata sandi kemudian klik tombol daftar untuk memproses pendaftaran.

Pada menu homepage terdiri dari beberapa bagian, diantaranya yaitu



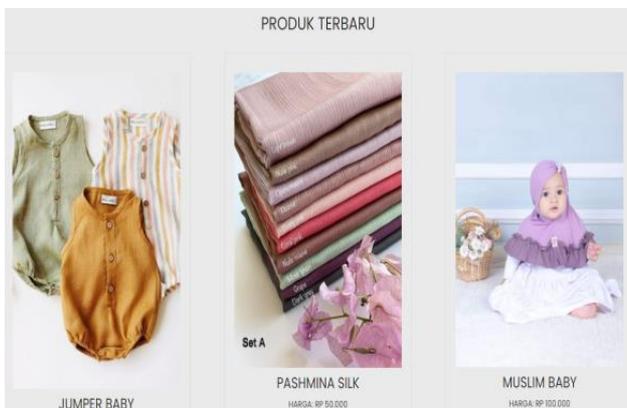
Gambar 25. Tampilan Homepage Carousel

Diatas ini merupakan tampilan homepage dibagian atas. Terdapat ucapan selamat datang serta ada nama pelanggan. Kemudian dibawah nama pelanggan terdapat sebuah carousel yang terdiri dari 6 gambar. Carousel yaitu fitur yang memungkinkan pengguna mengunggah lebih dari satu foto dalam sekali posting.



Gambar 26. Tampilan Homepage Iklan

Tampilan diatas juga ada di menu homepage. Tampilan ini berada tepat dibawah carousel. Gambar ini menunjukkan promo yang sedang ada ditoko tersebut.



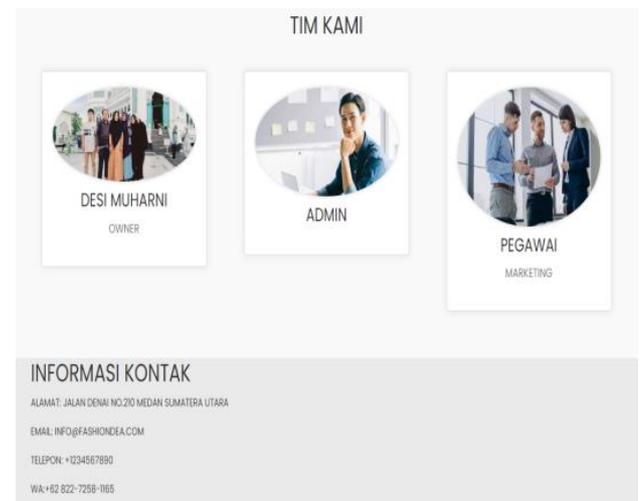
Gambar 27. Tampilan Produk terbaru

Diatas ini juga merupakan tampilan yang ada di menu homepage. Tampilan ini berada tepat dibawah tampilan iklan. Tampilan berikut ini menunjukkan produk-produk terbaru yang sedang tersedia di website.



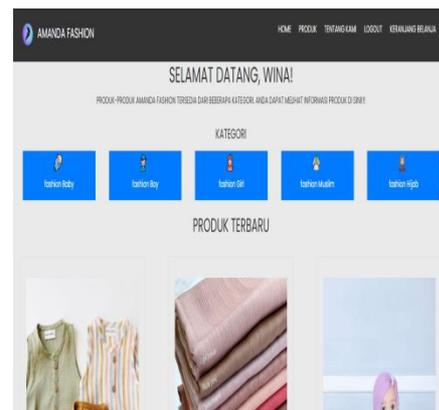
Gambar 28. Tampilan Homepage Tentang Kami

Terdapat tampilan tentang kami dibagian bawah menu homepage. Tampilan ini menjelaskan sedikit tentang toko seperti jenis produk apa yang dijual, apa nama tokonya, dan informasi yang lainnya



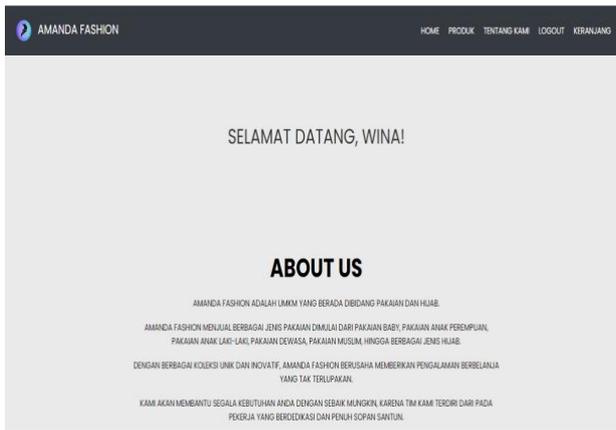
Gambar 29. Tampilan Homepage Info Kontak

Tampilan berikut merupakan tampilan homepage yang ada dibagian paling bawah. Tampilan ini berisi foto tim serta informasi kontak yang aktif.



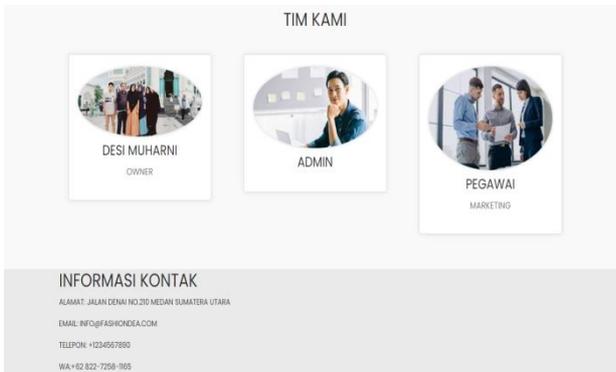
Gambar 30. Tampilan Kategori Dan Produk

Berikut tampilan dari halaman produk. Tampilan ini berisi ucapan selamat datang dengan nama pelanggan kemudian tersedia 5 kategori yang dimiliki website toko. Dibagian bawah terdapat produk-produk terbaru yang tersedia. Jika kategori diklik satu persatu maka akan muncul produk-produk yang sesuai dengan jenis kategori tersebut.



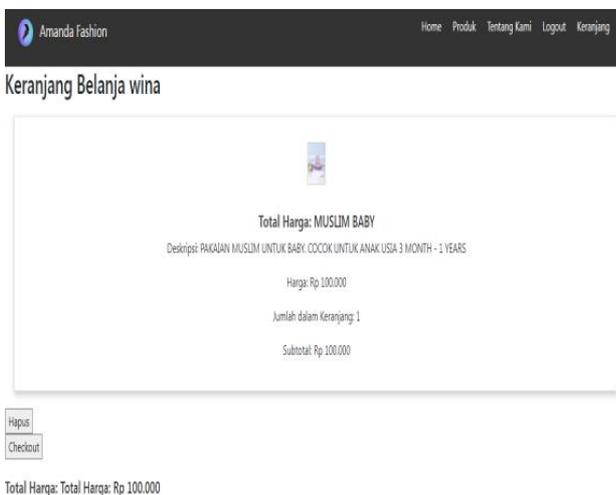
Gambar 31. Tampilan Tentang kami

Gambar ini merupakan halaman tentang kami atau about us. Halaman ini menjelaskan informasi singkat tentang toko amanda fashion serta menjelaskan visi misi yang toko miliki untuk jangka panjang.



Gambar 32. Tampilan Tim dan Info Kontak

Gambar berikut merupakan bagian lain dari tentang kami. Gambar ini menunjukkan gambar tim yang dimiliki toko, tim ini terdiri dari owner, karyawan, dan admin. Kemudian juga menunjukkan informasi kontak seperti alamat, email toko, telepon toko yang dapat dihubungi, hingga nomor whatsapp yang bisa di kontak oleh pelanggan.



Gambar 33. Tampilan Keranjang Belanja

Gambar berikut merupakan tampilan dari halaman keranjang belanja yang ada di website yang telah

dirancang dan dibuat. Keranjang belanja akan memunculkan produk yang sudah dipilih pelanggan kemudian akan ada 2 button yang merupakan pilihan dibawahnya. Pelanggan bisa memilih checkout kemudian melakukan transaksi dan membayar belanjaan yg sudah dipilih atau memilih button hapus untuk menghapus produk dan memilih produk yg lainnya. Jika produk yg dipilih berjumlah lebih dari 1 maka akan ada jumlah total belanja di bagian bawah.

5. KESIMPULAN

Kegiatan penelitian ini memiliki dampak positif bagi penulis, owner serta pengguna. Tugas akhir ini dilakukan sebagai alat bantu serta bentuk strategi pemasaran yang penulis dan pemilik usaha rencanakan. Awal dari proses strategi pemasaran ini dilakukan yaitu dengan melakukan perancangan dan pembuatan logo usaha sebagai identitas toko, kemudian dilakukan perancangan dan pembuatan sosial media, e-commerce, hingga website online sebagai sarana pemasaran toko. Didalam prosesnya tentu ada banyak sekali hal yang terjadi sehingga mencapai kesimpulan sebagai berikut:

1. Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang umum digunakan para pelaku umkm di era digitalisasi, serta mempunyai berbagai macam jenis yang sangat berguna untuk usaha UMKM.
2. Pembuatan logo tentu perlu dilakukan agar masyarakat memahami kesadaran merek dan toko memiliki identitas yang berbeda dengan toko lain.
3. UMKM fashion merupakan umkm yang bisa berkembang dalam jangka waktu panjang dan sangat diminati karena gaya busana tentu-menerus berkembang dari waktu ke waktu.
4. Bootstrap merupakan framework yang umum digunakan dalam pembuatan website serta sangat mudah dan memiliki banyak fitur pendukung yang bisa digunakan para programmer.
5. Omset toko yang awalnya menurun drastis meningkat sekitar 10% dari omset bulan lalu dikarenakan pelanggan yang bisa mengakses toko terus bertambah setiap harinya. Para pelanggan dan calon pelanggan yang berada diluar pulau sumatra juga berdatangan dan mulai tertarik untuk melihat dan mengetahui produk toko.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Handayani, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi KaHandayani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 10(2), 182–189. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v10i2.310>," *Ilk. J. Ilm.*, vol. 10, no. 2, pp. 182–189, 2018.
- [2] D. Sasongko, I. R. Putri, V. N. Alfiani, S. D. Qiranti, R. Sinta, and P. E. Allafa, "Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung," vol. 6, no. 2, 2020.
- [3] D. N. Hartanti, Lestari. Dewi Puji, and V. F. Sanjaya, "Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount Dan Promosi Penjualan Terhadap Implusive Buying Produk Di Cordy Butik Bandar Lampung," *Keuang. dan Akunt.*, vol. 3, no. 1, pp. 377–384, 2022, [Online]. Available: <http://ejurnal.poltekkutaraja.ac.id/index.php/meka>
- [4] Y. G. Nengsih, U. I. Medan, S. Utara, C. Diagram, S. Diagram, and A. Diagram, "Sistem informasi penjualan jilbab pada toko karunia bukitinggi dengan bahasa pemrograman php dan mysql," pp. 21–28.
- [5] H. N. Putra, "Implementasi Diagram UML (Unified Modelling Language) dalam Perancangan Aplikasi Data Pasien Rawat Inap pada Puskesmas Lubuk Buaya," *Sink. J. dan Penelit. Tek. Inform.*, vol. 2, no. 2, pp. 67–77, 2018, [Online]. Available: <https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/sinkron/articled/view/130>
- [6] A. Mubarak, "Rancang Bangun Aplikasi Web Sekolah Menggunakan Uml (Unified Modeling Language) Dan Bahasa Pemrograman Php (Php Hypertext Preprocessor) Berorientasi Objek," *JIKO (Jurnal Inform. dan Komputer)*, vol. 2, no. 1, pp. 19–25, 2019, doi: 10.33387/jiko.v2i1.1052.
- [7] M Teguh Prihandoyo, "Unified Modeling Language (UML) Model Untuk Pengembangan Sistem Informasi Akademik Berbasis Web," *J. Inform. J. Pengemb. IT*, vol. 3, no. 1, pp. 126–129, 2018.
- [8] M. Hayaty and D. Meylasari, "Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi," *J. Inform.*, vol. 5, no. 2, pp. 295–300, 2018, doi: 10.31294/ji.v5i2.4027.