



INTERACTIVE WEBSITE-BASED SALES INFORMATION SYSTEM FOR THE UNFORMAL FASHION BRAND USING MIDTRANS

Muhammad Nurdiansyah^{a*}, Sri Nuryani Pujiastuti^b, Rahma Hanum^c, Nava Gia Ginasta^d

^a Jurusan Bisnis Digital; numacoms@gmail.com, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional; Jl. Sariasih No.54, Kota Bandung, Jawa Barat, 40151, Indonesia

^b Jurusan Bisnis Digital; srinuryanipujiastuti@gmail.com, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional; Jl. Sariasih No.54, Kota Bandung, Jawa Barat, 40151, Indonesia

^c Jurusan Bisnis Digital; rahmahanum@ulbi.ac.id, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional; Jl. Sariasih No.54, Kota Bandung, Jawa Barat, 40151, Indonesia

^d Jurusan Bisnis Digital; navigia@ulbi.ac.id, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional; Jl. Sariasih No.54, Kota Bandung, Jawa Barat, 40151, Indonesia

* Penulis Korespondensi: Muhammad Nurdiansyah

ABSTRACT

Developments in the fashion industry are driving businesses to leverage digital technology to improve sales effectiveness and the customer experience. This study aims to design a prototype of a website-based sales information system for the Unformal brand, integrating the Midtrans payment gateway and product customization features. The study employed a qualitative descriptive approach through observation, documentation, and the distribution of questionnaires to 41 respondents as the basis for system requirements analysis. The website prototype was designed using Figma based on the results of STP and SWOT analyses. The results showed that 51% of respondents were interested in using the product customization feature, 63% believed that digital payment integration simplifies transactions, and 78% were interested in promotional programs. The resulting prototype includes the Register, Login, Home, Shop, Custom, Checkout, and Payment pages. This system design is expected to serve as a reference for developing a more integrated sales website and supporting the digitization of business processes for the Unformal brand.

Keywords: Information System; Sales Website; Midtrans; Product Customization; E-commerce; Unformal.

Abstrak

Perkembangan industri *fashion* mendorong pelaku usaha memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas penjualan dan pengalaman pelanggan. Penelitian ini bertujuan merancang *prototype* sistem informasi penjualan berbasis *website* pada *brand* Unformal dengan integrasi *payment gateway* Midtrans dan fitur kustomisasi produk. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner kepada 41 responden sebagai dasar analisis kebutuhan sistem. *Prototype website* dirancang menggunakan Figma berdasarkan hasil analisis STP dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 51% responden tertarik menggunakan fitur kustomisasi produk, 63% menilai integrasi pembayaran digital mempermudah transaksi, dan 78% tertarik terhadap program promosi. *Prototype* yang dihasilkan mencakup halaman *Register*, *Login*, *Home*, *Shop*, *Custom*, *Checkout*, dan *Payment*. Rancangan sistem ini diharapkan menjadi acuan dalam pengembangan *website* penjualan yang lebih terintegrasi serta mendukung digitalisasi proses bisnis pada *brand* Unformal.

Kata Kunci: Sistem Informasi; *Website* Penjualan; Midtrans; Kustomisasi Produk; E-commerce; Unformal.

1. PENDAHULUAN

Industri *fashion* merupakan salah satu sektor ekonomi kreatif yang terus berkembang di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, subsektor fesyen termasuk tiga penyumbang terbesar ekonomi kreatif nasional bersama kuliner dan kriya. Pada semester I tahun 2024, nilai ekspor subsektor fesyen mencapai sekitar US\$6,77 miliar, sedangkan nilai tambah ekonomi kreatif telah mencapai Rp749,58 triliun atau sekitar 55,65% dari target tahunan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa industri *fashion* memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang, terutama melalui pemanfaatan teknologi digital. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, pelaku usaha dituntut untuk memanfaatkan sistem informasi sebagai sarana meningkatkan efektivitas penjualan, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.

Peran sistem informasi dalam penjualan *fashion online* sangat penting dalam mendukung efektivitas dan efisiensi proses bisnis. Sistem informasi penjualan berbasis *website* memungkinkan perusahaan mengelola data pelanggan, produk, dan transaksi secara lebih cepat, akurat, dan terintegrasi. Selain mendukung proses operasional, *website* juga menjadi media yang efektif untuk menampilkan informasi produk, membangun interaksi dengan pelanggan, serta meningkatkan pengalaman berbelanja secara digital.

Unformal, yang didirikan pada tahun 2018, mengusung konsep minimalis pada berbagai produknya, seperti kaus kaki, *hoodie*, kemeja, dan celana, dengan *tagline* *Embrace the Uncommon*. Namun, dalam menghadapi persaingan industri *fashion online* yang semakin kompetitif, Unformal memerlukan media penjualan yang tidak hanya mampu menampilkan katalog produk secara menarik, tetapi juga mengintegrasikan proses pemesanan, pembayaran, dan interaksi pelanggan dalam satu *platform*. Keterbatasan tersebut berpotensi memengaruhi efektivitas proses penjualan dan pengalaman pelanggan dalam melakukan transaksi.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini merancang sistem informasi penjualan berbasis *website* interaktif dengan mengintegrasikan Midtrans sebagai *payment gateway*. Midtrans menyediakan berbagai metode pembayaran digital sehingga pelanggan dapat melakukan transaksi secara lebih mudah, cepat, dan aman. Selain itu, sistem juga dilengkapi dengan fitur kustomisasi produk yang memungkinkan pelanggan menyesuaikan desain produk sesuai dengan preferensi mereka sehingga dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dalam proses pembelian.

Penelitian ini memberikan kontribusi melalui pengembangan sistem yang mengintegrasikan tiga komponen utama, yaitu *website* interaktif sebagai media penjualan, fitur kustomisasi produk sebagai bentuk peningkatan pengalaman pelanggan, dan integrasi *payment gateway* Midtrans untuk mendukung proses pembayaran digital dalam satu *platform*. Integrasi ketiga komponen tersebut diharapkan mampu memberikan proses transaksi yang lebih efektif sekaligus meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan dan *brand* Unformal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) merancang *prototype* sistem informasi penjualan berbasis *website* pada *brand* Unformal; (2) merancang integrasi Midtrans sebagai *payment gateway* untuk mendukung proses pembayaran digital; (3) merancang fitur kustomisasi produk sesuai dengan preferensi pelanggan; dan (4) mengevaluasi *prototype website* yang dirancang berdasarkan kebutuhan pengguna sebagai media yang berpotensi mendukung efektivitas penjualan dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sistem Informasi

Menurut [5], sistem informasi adalah suatu sistem dalam organisasi yang mengintegrasikan pengolahan transaksi harian, mendukung kegiatan operasional, manajerial, dan strategis, serta menyediakan laporan yang diperlukan bagi pihak eksternal tertentu. Sementara itu, [9] menyatakan bahwa sistem informasi merupakan kumpulan proses, prosedur, dan alat yang saling terkoordinasi untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, mengambil, menganalisis, dan menyampaikan informasi sehingga membantu pengambilan keputusan, pemecahan masalah, serta pencapaian tujuan organisasi.

Dalam konteks *e-commerce*, sistem informasi berperan sebagai sistem yang mengintegrasikan berbagai proses bisnis, mulai dari pengelolaan data produk, data pelanggan, pemesanan, pembayaran, hingga pelaporan transaksi. Sistem informasi penjualan berbasis *website* memungkinkan perusahaan melakukan otomatisasi proses bisnis sehingga aktivitas penjualan menjadi lebih efektif, efisien, dan terintegrasi. Selain

itu, sistem informasi juga mendukung penyediaan informasi secara real-time yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dan membantu perusahaan dalam mengambil keputusan berdasarkan data yang tersedia.

Dalam penelitian ini, sistem informasi digunakan untuk mengelola proses penjualan pada *brand* Unformal, mulai dari pengelolaan produk, transaksi pemesanan, hingga pembayaran melalui Midtrans. Integrasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman transaksi yang lebih baik bagi pelanggan.

2.2. Database

Menurut Jubilee Enterprise (2014:1) dalam [3], *database* merupakan program yang digunakan untuk menyimpan, mengatur, mencari, serta mengelola kumpulan data. Sementara itu, [6] *database* adalah kumpulan data yang tersusun secara terstruktur dan dikelola melalui program atau sistem tertentu untuk menyimpan, mengatur, mencari, serta mengelola informasi secara efektif. Dalam penjualan *brand* Unformal, *database* berfungsi menyimpan informasi produk, data pelanggan, riwayat transaksi, dan stok barang agar pengelolaan data dapat dilakukan secara efektif.

2.3. E-commerce

E-commerce (electronic commerce) merupakan kegiatan jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya internet [16]. Pemanfaatan *e-commerce* memungkinkan perusahaan menjalankan proses bisnis secara lebih efisien karena transaksi dapat dilakukan tanpa mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung.

E-commerce memberikan berbagai manfaat bagi pelaku usaha, antara lain memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, mempermudah proses transaksi, serta memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Selain itu, *e-commerce* memungkinkan konsumen memperoleh informasi produk dengan cepat, melakukan transaksi kapan saja, serta memilih metode pembayaran yang sesuai dengan kebutuhannya [16].

Dalam penelitian ini, konsep *e-commerce* diterapkan melalui pengembangan *website* penjualan *brand* Unformal yang menyediakan katalog produk, fitur kustomisasi, serta integrasi *payment gateway* Midtrans. Penerapan *e-commerce* diharapkan dapat meningkatkan kemudahan transaksi, memperluas jangkauan pemasaran, serta memberikan pengalaman berbelanja yang lebih efektif dan efisien bagi pelanggan.

2.4. MySQL

MySQL merupakan sistem manajemen basis data (*Database Management System/DBMS*) yang digunakan untuk mengatur koleksi struktur data, baik dalam proses pembuatan maupun pengelolaan *database* [12]. Dalam pembuatan *website* penjualan Unformal, MySQL digunakan untuk mengelola informasi produk, pembeli, dan transaksi, serta mendefinisikan tipe data, atribut, dan relasi antartabel agar pengambilan data menjadi lebih mudah.

2.5. XAMPP

XAMPP merupakan paket instalasi yang menggabungkan *Apache*, *PHP*, dan *MySQL* secara instan untuk mempermudah proses pemasangan ketiga komponen tersebut [4]. Dalam pengembangan *website* Unformal, XAMPP digunakan untuk menguji situs secara lokal dan mengelola *database* produk, pelanggan, dan transaksi sebelum dipublikasikan ke server *online*.

2.6. Website

Website adalah sekumpulan halaman berisi informasi digital seperti teks, gambar, video, audio, maupun animasi yang diakses melalui jaringan internet [3]. *Website* berfungsi sebagai media penyampaian informasi, komunikasi, serta layanan yang dapat diakses pengguna melalui jaringan internet.

Dalam konteks *e-commerce*, *website* yang efektif memiliki beberapa karakteristik, antara lain antarmuka yang mudah digunakan (*user-friendly*), navigasi yang intuitif, desain yang responsif pada berbagai perangkat, keamanan transaksi, kecepatan akses yang baik, serta fitur interaktif yang mendukung proses pembelian. Karakteristik tersebut berperan penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna, membangun kepercayaan pelanggan, dan mendukung kelancaran transaksi secara *online* [16].

Dalam penelitian ini, *website* Unformal berfungsi sebagai *platform* utama untuk menampilkan produk fashion secara *online*, menyediakan informasi produk, harga, dan promosi, serta mendukung fitur interaktif seperti keranjang belanja, kustomisasi produk, dan pembayaran *online* melalui Midtrans. Dengan demikian, *website* tidak hanya menjadi media promosi, tetapi juga menjadi sarana transaksi yang mendukung efektivitas penjualan dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

2.7. Payment Gateway

Payment gateway merupakan layanan yang mengotorisasi proses pembayaran antara pembeli dan penjual serta menyediakan berbagai metode pembayaran [2]. Sementara itu, [11] menyatakan bahwa *payment gateway* adalah mekanisme yang digunakan untuk memproses transaksi pembayaran antara pelanggan, bisnis, dan *bank*, dengan tujuan mempermudah pembelian, melakukan otorisasi pembayaran, serta mendeteksi potensi penipuan. Midtrans adalah salah satu contoh *payment gateway* yang mendukung bisnis *online* di Indonesia melalui solusi pembayaran lengkap. Dalam penjualan Unformal, Midtrans membantu mempermudah transaksi tanpa perlu verifikasi manual dan meningkatkan kenyamanan pelanggan.

2.8. Midtrans

Midtrans adalah perusahaan teknologi finansial yang berdiri sejak 2012 dan menyediakan layanan pembayaran *online* dengan lebih dari 24 metode seperti transfer *bank*, *e-wallet*, kartu kredit, dan *over-the-counter* (Midtrans, 2023). Midtrans telah digunakan oleh lebih dari 500.000 bisnis di Indonesia dan memproses dana ke lebih dari 9 juta akun.

2.8.1. Produk Utama Midtrans

Midtrans menawarkan tiga produk utama, yaitu:

1. *Online Payment*: Menyediakan berbagai metode pembayaran seperti kartu kredit, transfer bank, QRIS, dan *e-wallet*.
2. *In-store Payment*: Memungkinkan transaksi di toko fisik dengan sistem pembayaran terintegrasi.
3. *Payouts*: Memfasilitasi pembayaran massal seperti gaji, komisi, dan pembayaran vendor secara efisien.

2.8.2. Keuntungan Menggunakan Midtrans

1. Keamanan Transaksi: Memiliki sertifikasi ISO 27001 dan sistem deteksi penipuan *Aegis*.
2. Variasi Metode Pembayaran: Menyediakan 24 metode pembayaran dan terus berkembang.
3. Kemudahan Integrasi: Mendukung API, *SDK mobile*, *plugin*, dan *payment link* yang kompatibel dengan Shopify serta WordPress.
4. Dukungan Merchant: Layanan pelanggan 24/7 melalui email, telepon, dan asisten virtual AMY.

2.8.3. Biaya dan Tarif

Biaya transaksi Midtrans bervariasi berdasarkan metode pembayaran, misalnya Rp 4.000 untuk transfer bank, 2% untuk GoPay, 0,7% untuk QRIS, dan 2,9% + Rp 2.000 untuk kartu kredit. Biaya *payouts* adalah Rp 5.000 untuk rekening bank dan Rp 1.000 untuk GoPay.

2.9. Digital Marketing

Digital *marketing* adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital untuk menawarkan produk atau layanan secara *online*, melalui *platform* seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan lainnya [8]. Dalam penjualan Unformal, strategi digital *marketing* seperti optimasi SEO dan promosi di media sosial digunakan untuk meningkatkan jangkauan, memperkuat citra merek, dan memaksimalkan penjualan produk secara *online*.

2.10. Flowchart

Flowchart adalah representasi grafik dari urutan langkah-langkah suatu proses yang memudahkan pemahaman alur kerja sistem atau program [15]. Dalam penjualan Unformal, *flowchart* digunakan untuk memvisualisasikan proses penjualan *online*, mulai dari pemilihan produk, kustomisasi, pembayaran melalui Midtrans, hingga pengiriman kepada konsumen. Dengan *flowchart*, tim Unformal dapat memastikan setiap tahap transaksi berjalan efisien, mengidentifikasi potensi masalah, dan memperkuat pengalaman pengguna secara keseluruhan.

2.11. STP (Segmenting, Targeting, Positioning)

Analisis STP adalah proses memetakan perbedaan produk berdasarkan segmen pasar yang dipilih, target yang dituju, dan posisi produk dibandingkan pesaing [1]. Dalam konteks Unformal, penerapan STP

membantu menentukan kelompok konsumen yang paling potensial, menargetkan promosi secara tepat, dan menonjolkan keunikan produk agar lebih kompetitif di pasar *fashion online*.

2.12. SWOT

Analisis SWOT adalah metode sistematis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam merumuskan strategi pemasaran [14]. Dalam penjualan Unformal, SWOT digunakan untuk mengoptimalkan keunggulan produk dan peluang pasar, sambil mengantisipasi kelemahan internal dan ancaman kompetitor, sehingga strategi penjualan dapat lebih efektif dan terukur.

2.13. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian
1	M. A. Susanto, D. L. Fithri, dan Supriyono (2025)	Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> pada Aplikasi Penjualan Online Toko Azzahra Integrasi Midtrans	<i>Waterfall</i>	Mengembangkan aplikasi penjualan <i>online</i> berbasis <i>website</i> yang mengintegrasikan CRM dan Midtrans. Hasil pengujian menunjukkan sistem berjalan stabil dengan tingkat keberhasilan pembayaran mencapai 100% serta mendukung peningkatan loyalitas pelanggan.	Penelitian ini berfokus pada integrasi CRM dan Midtrans, sedangkan penelitian yang dilakukan mengembangkan <i>website</i> penjualan <i>fashion</i> Unformal dengan fitur kustomisasi produk, analisis STP dan SWOT, serta integrasi Midtrans untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.
2	I. Prakoso, B. T. Hanggara, dan D. Pramono (2022)	Pengembangan <i>Website E-Commerce</i> Memanfaatkan Metode Pembayaran <i>Split Payment</i> Menggunakan API <i>Payment Gateway</i> (Studi Kasus: Media Ar-Raihan)	<i>Waterfall</i>	Penelitian berhasil mengembangkan <i>website e-commerce</i> dengan mengintegrasikan API <i>payment gateway</i> menggunakan metode <i>split payment</i> . Sistem mampu mempermudah proses transaksi, meningkatkan keamanan pembayaran, dan seluruh fungsi sistem berjalan dengan baik berdasarkan pengujian <i>black box</i> .	Penelitian tersebut berfokus pada implementasi metode <i>split payment</i> pada <i>website e-commerce</i> , sedangkan penelitian ini mengembangkan <i>website</i> penjualan <i>brand</i> Unformal dengan integrasi Midtrans, fitur kustomisasi produk, serta peningkatan pengalaman pelanggan dan efektivitas penjualan.
3	M. Ilham, R. E. Putri, dan M. Zen	Perancangan Sistem Penjualan Baju pada Toko	<i>Waterfall</i>	Penelitian berhasil mengembangkan sistem penjualan	Penelitian ini berfokus pada sistem penjualan

Interactive Website-Based Sales Information System for the Unformal Fashion Brand Using Midtrans (Muhammad Nurdiansyah)

	(2025)	Asia Fashion Berbasis Website		baju berbasis <i>website</i> yang dilengkapi dengan manajemen produk, transaksi, pembayaran <i>online</i> , dan laporan penjualan. Hasil pengujian <i>black box</i> menunjukkan seluruh fitur berjalan dengan baik serta meningkatkan efisiensi operasional dan kemudahan transaksi bagi pelanggan.	baju berbasis <i>website</i> dengan fitur transaksi dan pembayaran <i>online</i> . Sementara itu, penelitian yang dilakukan mengembangkan <i>website</i> penjualan <i>brand</i> Unformal dengan integrasi Midtrans, fitur kustomisasi produk, serta analisis STP dan SWOT untuk mendukung strategi pengembangan bisnis.
4	M. Syahroni (2025)	A. Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Kaos Berbasis Website (Studi Kasus pada Konveksi Alpis)	<i>Waterfall</i>	Penelitian berhasil mengembangkan sistem informasi <i>e-commerce</i> berbasis <i>website</i> menggunakan metode <i>Waterfall</i> dengan integrasi Midtrans sebagai <i>payment gateway</i> . Hasil pengujian <i>black box</i> menunjukkan seluruh fungsi sistem berjalan dengan baik, sedangkan pengujian <i>User Acceptance Testing</i> (UAT) memperoleh tingkat kepuasan pengguna sebesar 86,4% dengan kategori sangat memuaskan.	Penelitian ini berfokus pada pengembangan sistem penjualan kaos berbasis <i>website</i> dengan integrasi Midtrans dan pengujian UAT. Sementara itu, penelitian yang dilakukan mengembangkan <i>website</i> penjualan <i>brand</i> Unformal yang tidak hanya mengintegrasikan Midtrans, tetapi juga menyediakan fitur kustomisasi produk, serta didukung analisis STP dan SWOT sebagai dasar pengembangan strategi bisnis.
5	I. P. Sari, M. Akbar, A. Mulyanto, dan A. Fadli (2020)	Sistem Informasi Penjualan Fashion Berbasis Web pada Distro Klinik Metalik	<i>Waterfall</i>	Penelitian berhasil mengembangkan sistem informasi penjualan <i>fashion</i> berbasis <i>website</i> yang memudahkan pengelolaan data produk, transaksi penjualan, serta penyajian laporan secara lebih efektif. Hasil implementasi menunjukkan	Penelitian tersebut berfokus pada pengembangan sistem informasi penjualan <i>fashion</i> berbasis <i>website</i> . Sementara itu, penelitian ini mengembangkan <i>website</i> penjualan <i>brand</i> Unformal dengan integrasi Midtrans sebagai

sistem meningkatkan efisiensi penjualan dan mempermudah pelanggan dalam melakukan pembelian secara <i>online</i> .	mampu proses dan produk, serta menerapkan analisis STP dan SWOT sebagai pendukung strategi bisnis.	<i>payment gateway</i> , menyediakan fitur kustomisasi produk, serta menerapkan analisis STP dan SWOT sebagai pendukung strategi bisnis.
---	---	--

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi proyek. Tujuan dari rancangan ini adalah untuk menggambarkan secara sistematis proses analisis kebutuhan dan perancangan sistem informasi penjualan pada *brand fashion* Unformal melalui *website* interaktif yang terintegrasi dengan konsep *payment gateway* Midtrans. Penelitian ini menekankan pada proses analisis kebutuhan, perancangan sistem, serta evaluasi rancangan *website* sebagai media pendukung penjualan dan pelayanan pelanggan.

3.2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pengguna potensial *website* Unformal, yaitu konsumen *fashion* berusia 15-30 tahun yang aktif berbelanja produk *fashion* secara *online*. Rentang usia tersebut dipilih karena sesuai dengan karakteristik target pasar *brand* Unformal dan merupakan kelompok konsumen yang memiliki tingkat penggunaan internet serta aktivitas belanja *online* yang tinggi. Oleh karena itu, subjek penelitian diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kebutuhan, preferensi, dan tanggapan terhadap rancangan *website* yang dikembangkan.

3.3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan terdiri atas:

1. Kuesioner, digunakan untuk memperoleh data mengenai kebutuhan pengguna terhadap fitur *website*, minat terhadap fitur kustomisasi produk, integrasi pembayaran digital, serta program promosi.
2. Lembar Observasi, digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan sistem berdasarkan kondisi penjualan yang berjalan pada *brand* Unformal.
3. Dokumentasi, digunakan untuk mengumpulkan data pendukung berupa referensi, dokumentasi bisnis, dan hasil analisis kebutuhan sistem.

3.4. Perangkat Pendukung Perancangan

Perancangan *prototype website* dilakukan menggunakan beberapa perangkat pendukung sebagai berikut.

1. Figma digunakan untuk merancang *prototype* antarmuka *website*.
2. CorelDRAW digunakan untuk membuat aset visual.
3. XAMPP digunakan sebagai lingkungan pengembangan lokal apabila rancangan akan dikembangkan lebih lanjut.
4. MySQL digunakan sebagai rancangan basis data.

3.5. Prosedur Penelitian

1. Analisis kebutuhan: Mengidentifikasi kebutuhan sistem berdasarkan observasi dan hasil kuesioner.
2. Analisis bisnis: Melakukan analisis STP dan SWOT sebagai dasar perancangan sistem.
3. Perancangan sistem: Menyusun *flowchart*, *flowmap*, *use case diagram*, struktur *database*, dan *prototype* antarmuka menggunakan Figma.
4. Evaluasi rancangan: Melakukan evaluasi terhadap rancangan *prototype* berdasarkan hasil survei pengguna untuk mengetahui kesesuaian rancangan dengan kebutuhan pengguna.

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif analitis, yaitu menggambarkan hasil observasi dan survei pengguna dalam bentuk tabel, grafik, dan interpretasi naratif. Data survei pengguna dianalisis menggunakan persentase untuk mengetahui tingkat minat dan kepuasan pengguna terhadap fitur

kustomisasi, integrasi pembayaran Midtrans, serta efektivitas sistem dalam mendukung penjualan produk Unformal.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Penelitian ini menghasilkan *prototype* sistem informasi penjualan berbasis *website* pada *brand fashion* Unformal yang dirancang berdasarkan hasil analisis kebutuhan pengguna, analisis bisnis, serta hasil survei pengguna. *Prototype website* dirancang dengan mengintegrasikan konsep *payment gateway* Midtrans dan fitur kustomisasi produk sebagai solusi untuk mendukung proses penjualan digital serta meningkatkan pengalaman pelanggan.

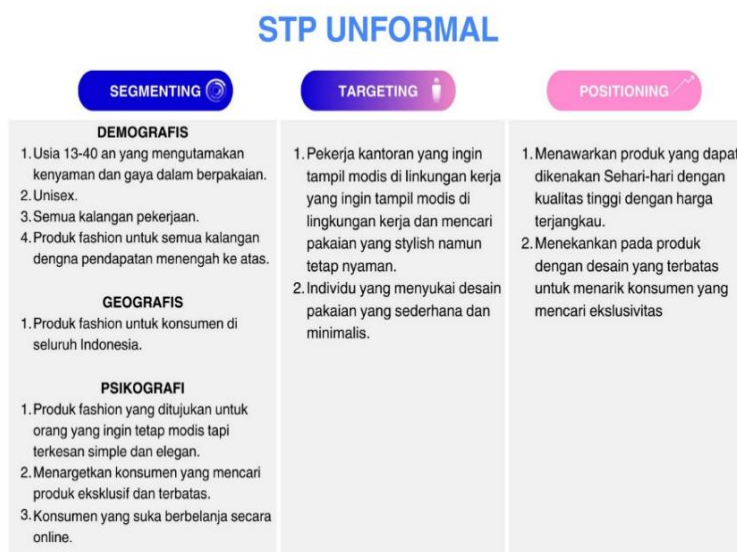
Tahap perancangan dilakukan menggunakan Figma sebagai media pembuatan *prototype* antarmuka. *Prototype* yang dihasilkan terdiri atas beberapa halaman utama, yaitu halaman *Register*, *Login*, *Home*, *Shop*, *Custom*, *Checkout*, dan *Payment*, yang dirancang untuk menggambarkan alur transaksi pengguna mulai dari pendaftaran akun hingga proses pembayaran.

Selain menghasilkan *prototype website*, penelitian ini juga menyusun analisis bisnis menggunakan pendekatan *Segmenting*, *Targeting*, *Positioning* (STP) dan *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats* (SWOT) sebagai dasar dalam menentukan kebutuhan sistem dan strategi pengembangan *website* Unformal.

4.2. Analisis Bisnis

4.2.1. Analisis Pasar

Analisis pasar dilakukan menggunakan pendekatan *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* (STP). Segmentasi pasar disusun berdasarkan karakteristik demografis, geografis, dan psikografis calon pelanggan. Selanjutnya, proses *targeting* dilakukan dengan menentukan kelompok konsumen yang sesuai dengan karakteristik produk Unformal, sedangkan *positioning* difokuskan pada pembentukan citra Unformal sebagai *brand fashion* yang *modern*, kreatif, dan mudah diakses melalui media digital.

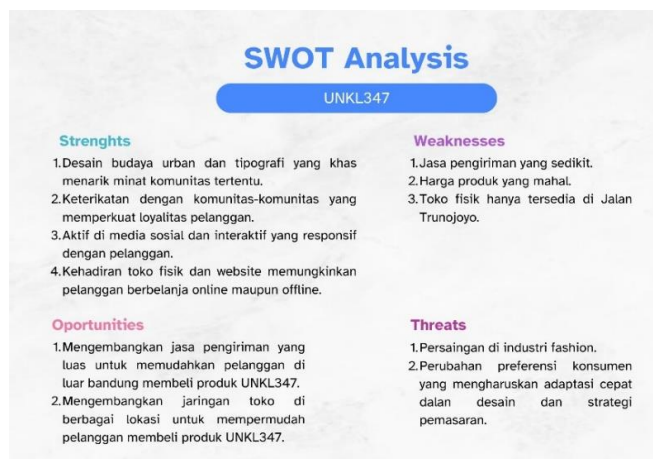


Gambar 1. Hasil Analisis *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* (STP) pada *Brand* Unformal

Hasil analisis STP menjadi dasar dalam proses perancangan *website*, terutama dalam menentukan konsep tampilan, fitur, dan pengalaman pengguna yang sesuai dengan kebutuhan target pasar Unformal.

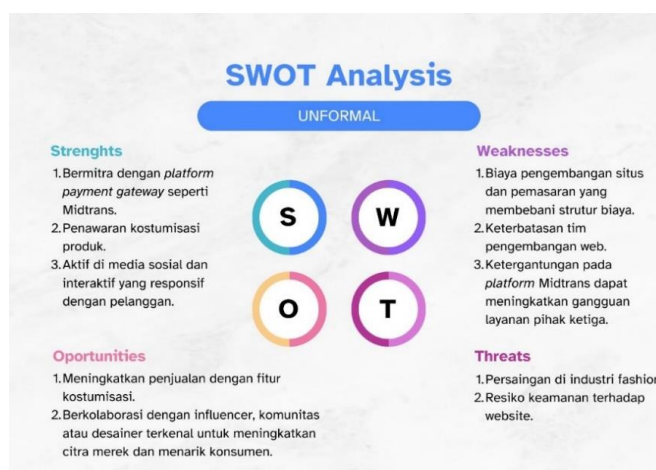
4.2.2. Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor dilakukan dengan membandingkan kondisi bisnis Unformal dengan salah satu *brand fashion* lokal, yaitu UNKL347, menggunakan pendekatan *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats* (SWOT). UNKL347 dipilih sebagai kompetitor karena memiliki karakteristik produk yang sejenis serta telah memiliki posisi yang kuat di industri *fashion* lokal. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi keunggulan dan kekurangan kompetitor sehingga dapat menjadi dasar dalam merancang strategi pengembangan *website* Unformal.



Gambar 1. Hasil Analisis SWOT terhadap Kompetitor UNKL347

Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap UNKL347, kemudian disusun analisis SWOT pada brand Unformal untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang dimiliki. Hasil analisis tersebut digunakan sebagai acuan dalam menentukan kebutuhan fitur dan konsep *website* yang sesuai dengan karakteristik bisnis Unformal.

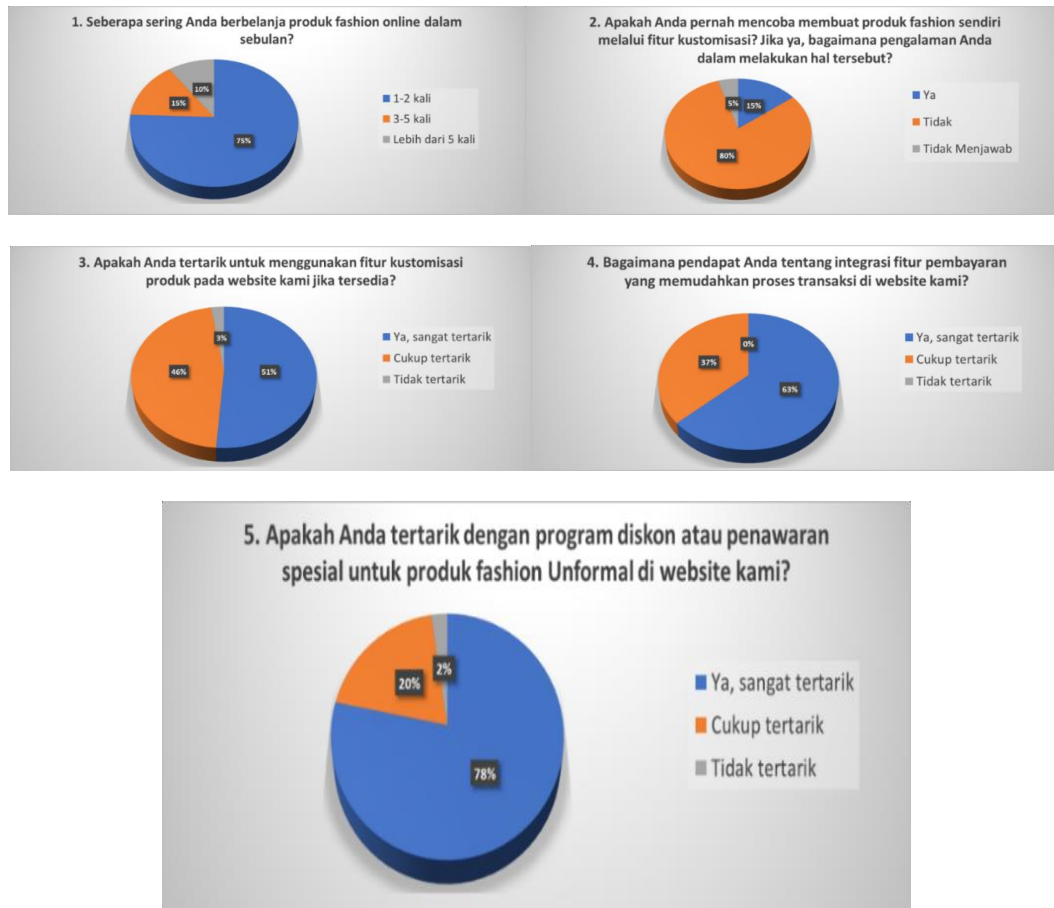


Gambar 2. Hasil Analisis SWOT pada Brand Unformal

Hasil analisis menunjukkan bahwa Unformal memiliki peluang untuk meningkatkan daya saing melalui perancangan *website* yang dilengkapi dengan fitur kustomisasi produk dan konsep integrasi *payment gateway* Midtrans. Selain itu, hasil analisis SWOT menjadi dasar dalam menentukan rancangan sistem yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan strategi pengembangan bisnis Unformal.

4.3. Hasil Survei Pengguna

Untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan dan preferensi calon pengguna terhadap *website* Unformal, dilakukan survei terhadap 41 responden yang terdiri atas 14 perempuan dan 27 laki-laki dengan rentang usia 15-30 tahun. Survei dilakukan sebagai bagian dari proses analisis kebutuhan sistem sehingga rancangan *website* yang dihasilkan sesuai dengan karakteristik pengguna. Hasil survei disajikan pada Gambar 4 yang terdiri atas lima diagram, meliputi frekuensi pembelian produk *fashion online*, pengalaman penggunaan fitur kustomisasi, minat terhadap fitur kustomisasi produk, persepsi terhadap integrasi pembayaran digital Midtrans, serta minat terhadap program diskon dan penawaran spesial.



Gambar 4. Diagram Hasil Survei Kebutuhan dan Preferensi Calon Pengguna *Website* Unformal (n = 41)

Berdasarkan hasil survei tersebut, sebanyak 75% responden membeli produk fashion *online* sebanyak 1-2 kali per bulan, 80% belum pernah mencoba fitur kustomisasi produk, 51% menyatakan tertarik menggunakan fitur kustomisasi, 63% berpendapat bahwa integrasi pembayaran digital Midtrans mempermudah proses transaksi, dan 78% tertarik terhadap program diskon serta penawaran spesial. Hasil tersebut menunjukkan bahwa calon pengguna memiliki minat yang tinggi terhadap kemudahan pembayaran digital dan program promosi, serta menunjukkan adanya potensi penerapan fitur kustomisasi sebagai salah satu keunggulan kompetitif pada *website* Unformal.

4.4. Analisis dan Perancangan Digital

4.4.1. Analisis Sistem

Berdasarkan hasil analisis bisnis dan hasil survei pengguna, disusun rancangan sistem informasi penjualan berbasis *website* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam melakukan pembelian produk *fashion* secara lebih mudah dan interaktif.

Rancangan sistem difokuskan pada penyediaan fitur utama berupa katalog produk, fitur kustomisasi produk, keranjang belanja, proses *checkout*, serta konsep integrasi *payment gateway* Midtrans sebagai metode pembayaran digital. Seluruh fitur tersebut dirancang untuk memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi sekaligus mendukung proses bisnis pada *brand* Unformal.

Flowchart yang disusun menggambarkan alur proses penggunaan *website* mulai dari pengguna melakukan registrasi atau *login*, memilih produk, melakukan kustomisasi produk sesuai kebutuhan, melanjutkan ke proses *checkout*, hingga melakukan pembayaran melalui Midtrans. *Flowchart* tersebut menjadi dasar dalam penyusunan *prototype* antarmuka *website*.

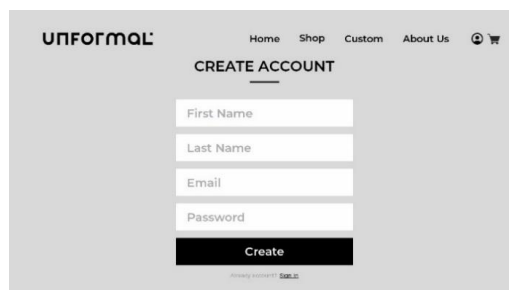


Gambar 5. *Flowchart* Alur Sistem Informasi Penjualan Berbasis *Website* yang Diusulkan

4.4.2. Rancangan Antarmuka *Website*

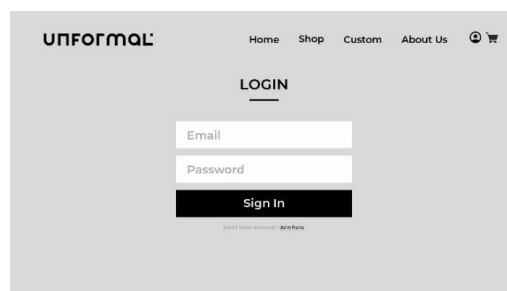
Berdasarkan hasil analisis kebutuhan sistem, tahap selanjutnya adalah menyusun *prototype* antarmuka *website* menggunakan Figma. *Prototype* dirancang dengan konsep minimalis *modern*, menggunakan warna yang sederhana, tata letak yang terstruktur, serta navigasi yang mudah dipahami sehingga dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik. *Prototype website* terdiri atas beberapa halaman utama sebagai berikut.

1. Register

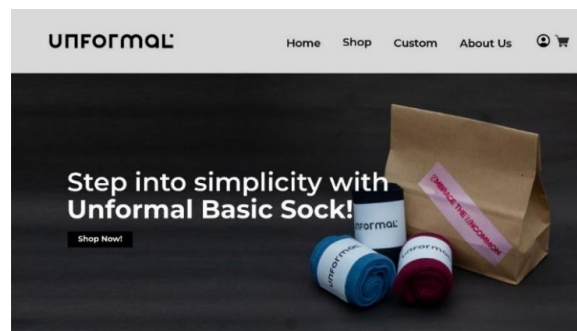
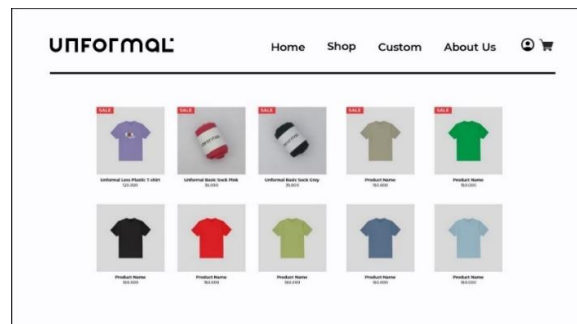
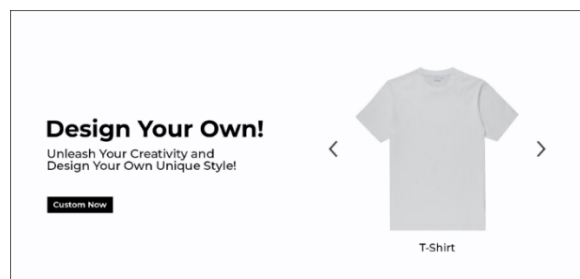
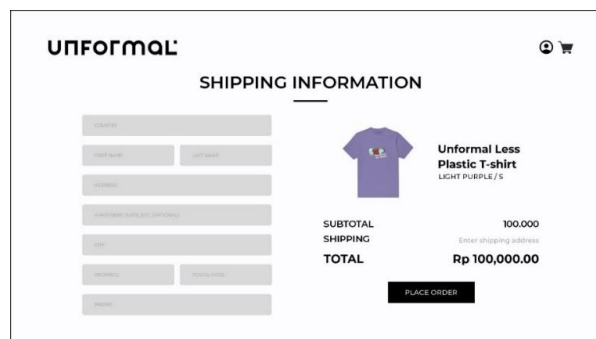


Gambar 6. *Prototype* Halaman Register *Website* Unformal

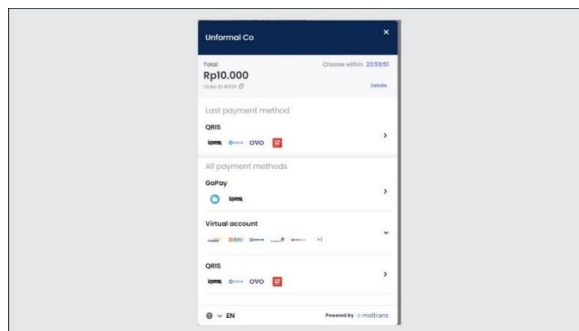
2. Login



Gambar 7. *Prototype* Halaman Login *Website* Unformal

3. *Home*Gambar 8. *Prototype Halaman Home Website Unformal*4. *Shop*Gambar 9. *Prototype Halaman Shop Website Unformal*5. *Custom*Gambar 10. *Prototype Halaman Kustomisasi Produk Website Unformal*6. *Checkout*Gambar 11. *Prototype Halaman Checkout Website Unformal*

7. Payment



Gambar 12. *Prototype* Halaman *Payment Website* Unformal

Secara keseluruhan, *prototype website* yang dirancang telah menggambarkan alur transaksi pengguna secara terintegrasi, mulai dari proses registrasi, *login*, pemilihan produk, kustomisasi produk, *checkout*, hingga pembayaran melalui Midtrans. Rancangan *prototype* tersebut diharapkan dapat menjadi acuan dalam proses pengembangan dan implementasi sistem informasi penjualan berbasis *website* pada penelitian selanjutnya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini berhasil menghasilkan rancangan sistem informasi penjualan berbasis *website* untuk *brand* Unformal yang disusun berdasarkan hasil analisis kebutuhan pengguna, analisis bisnis menggunakan pendekatan STP dan SWOT, serta hasil survei terhadap calon pengguna. Rancangan sistem dirancang dengan mengintegrasikan konsep *payment gateway* Midtrans dan fitur kustomisasi produk untuk mendukung proses transaksi yang lebih praktis serta memberikan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif.

Hasil survei terhadap 41 responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki minat terhadap fitur-fitur yang dirancang, di antaranya 51% tertarik menggunakan fitur kustomisasi produk, 63% menilai integrasi pembayaran digital dapat mempermudah proses transaksi, dan 78% tertarik terhadap program promosi yang disediakan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa fitur-fitur yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi calon pengguna.

Dengan demikian, rancangan *website* yang dihasilkan memiliki potensi untuk menjadi media penjualan digital yang dapat mendukung pengelolaan produk, proses transaksi, dan interaksi dengan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan dan implementasi sistem informasi penjualan berbasis *website* pada *brand* Unformal di masa mendatang.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan selanjutnya disarankan untuk mengimplementasikan rancangan *website* yang telah dibuat ke dalam sistem yang dapat digunakan secara nyata sehingga seluruh fitur yang dirancang dapat diuji secara langsung. Implementasi tersebut diharapkan dapat dilanjutkan dengan pengujian fungsionalitas sistem, pengujian *usability*, serta evaluasi pengalaman pengguna untuk mengetahui tingkat efektivitas *website* dalam mendukung proses penjualan.

Selain itu, pengembangan berikutnya dapat menambahkan berbagai fitur pendukung, seperti *live chat*, pusat bantuan (*help center*), *Frequently Asked Questions* (FAQ), pelacakan status pesanan, serta analisis data pelanggan sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Integrasi dengan media sosial dan *marketplace* juga dapat dipertimbangkan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kemudahan akses bagi pelanggan.

Bagi *brand* Unformal, rancangan sistem informasi penjualan berbasis *website* ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan media penjualan digital yang lebih terintegrasi sesuai dengan kebutuhan bisnis dan perkembangan teknologi di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Adinugraha and K. M. Wati, "ANALISIS SWOT DAN STP (SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING) UNTUK MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM – MIE BERGAYA," *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, vol. 1, no. 1, p. 541, 2024.
- [2] D. Ahmad, I. Prakoso, B. T. Hanggara, and D. Pramono, "Pengembangan *Website* E-Commerce memanfaatkan Metode Pembayaran Split Payment menggunakan API Payment Gateway (Studi Kasus: Media Ar-Raihan)," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, vol. 6, no. 7, p. 3063, 2022. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id/>
- [3] M. Andani, Salamudin, and Hendrayudi, "SISTEM INFORMASI PELAYANAN KEPENDUDUKAN DESA LECAR BERBASIS WEB MENGGUNAKAN PHP DAN MYSQL," *Jurnal Sistem Informasi Mahakarya (JSIM)*, vol. 4, no. 1, p. 16, 2021.
- [4] M. F. Akbar, "Sistem Informasi Penjualan Fashion Berbasis Web Pada Distro Klinik Metalik," *Indonesian Journal on Networking and Security*, vol. 9, no. 3, 2020.
- [5] Hasbi and Mardewi, "Implementasi Sistem Informasi Penggajian Karyawan pada PT Prima Sarana Makassar," *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi dan Teknik Informatika (JISTI)*, vol. 5, no. 2, pp. 127-130, 2022.
- [6] R. D. Lestari, R. N. Tryadriani, A. T. Dominica, and Ermatika, "SISTEM BASIS DATA PERPUSTAKAAN," *Jurnal Sistem Informasi Dan Aplikasi (JSIA)*, p. 72, 2023.
- [7] Midtrans, "Biaya transaksi payment gateway," 2023. Available: <https://midtrans.com/id/biaya>
- [8] D. A. F. Nasution, A. H. Saputri, R. Hambali, and S. Suhairi, "Implementasi Digital Marketing Pada Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning)," *Jurnal Minfo Polgan*, vol. 12, no. 2, p. 2370, 2023. doi: 10.33395/jmp.v12i2.13274
- [9] R. Rahman *et al.*, *BUKU AJAR PENGANTAR SISTEM INFORMASI*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- [10] R. Adawiyah, E. Ananda Arum, A. Ifah Lubanah, R. Fadhlika, E. Limbong, and Budiandru, "PELUANG BAGI MAHASISWA DALAM MEMANFAATKAN BISNIS ONLINE BERBASIS DIGITAL," *JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah*, vol. 2, no. 6, p. 2477, 2023. Available: <http://bajangjournal.com/index.php/JCI>
- [11] R. A. Siahaan and R. A. Sianturi, "Analisis Perbandingan Payment Gateway untuk Sistem Pembayaran Berbasis Aplikasi dengan Comparative Study," *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, vol. 11, no. 2, p. 292, 2024. doi: 10.25126/jtiik.20241127680
- [12] D. Suci, Kadarsih, and Y. Trimarsiah, "MEMBANGUN SISTEM INFORMASI KEPEGAWAIAN MADRASAH ALIYAH AL-AZHAR CENTER BATURAJA MENGGUNAKAN EMBARCADERO XE2 BERBASIS CLIENT SERVER," *JTIM*, vol. 4, no. 2, p. 26, 2021.
- [13] UNKL347, "UNKL347," 2021. Available: https://unkl347.com/Dashboard/enter_lookbook_page
- [14] S. Wamaer, A. L. Tumbel, and D. Soepeno, "PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN PT. IVANA PAPUA CARGO EXPRESS ANALYSIS SWOT APPLICATION IN MARKETING STRATEGY PT. IVANA PAPUA CARGO EXPRESS," vol. 10, no. 1, p. 802, 2022.
- [15] Zalukhu, S. Purba, and D. Darma, "PERANGKAT LUNAK APLIKASI PEMBELAJARAN FLOWCHART," *Jurnal Teknologi Informasi Dan Industri*, vol. 4, no. 1, p. 63, 2023.
- [16] A. L. Siahaan, H. U. Anisah, N. Anggraini, H. Widyastuti, R. Yuliani, C. Bagenda, N. Susanti, V. W. Widajaton, Abdurrohman, G. A. Nurnimsiha, and A. Sudirman, E-Commerce. D. U. Sutikno and R. Ratnadewi, Eds. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2023.
- [17] M. A. Susanto, D. L. Fithri, and Supriyono, "Penerapan Customer Relationship Management pada Aplikasi Penjualan Online Toko Azzahra Integrasi Midtrans," *Jurnal SITECH*, vol. 8, no. 1, pp. 75–84, 2025.
- [18] M. Ilham, R. E. Putri, and M. Zen, "Perancangan Sistem Penjualan Baju pada Toko Asia Fashion Berbasis Website," *Jurnal Nasional Teknologi Komputer (JNASTEK)*, vol. 5, no. 3, pp. 890–900, 2025.
- [19] M. A. Syahroni, "Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Penjualan Kaos Berbasis Website (Studi Kasus pada Konveksi Alpis)," *Jurnal Dinamik*, 2025.