

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

Muhammad Nurdiansyah¹, Rahma Hanum²

Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

Email: numacoms@gmail.com¹, rahmahanum@ulbi.ac.id²

Abstrak – Pesatnya pertumbuhan industri fashion menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dalam memanfaatkan sistem informasi untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas penjualan, kemudahan dalam pengambilan keputusan, dan strategi bisnis pada penjualan fashion online. Perancangan sistem informasi berupa website dapat memudahkan pelanggan untuk memperoleh informasi produk, melakukan pembayaran langsung melalui website dengan 24 metode pembayaran yang di sediakan oleh Midtrans, membuat desain sesuai keinginan pelanggan dengan menggunakan fitur custom, meningkatkan promosi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Proposal ini berfokus pada pembuatan website interaktif untuk brand fashion Unformal dan penggunaan Midtrans sebagai payment gateway untuk memfasilitasi proses pembayaran serta fitur kustomisasi yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing di pasar fashion yang kompetitif. Diharapkan peran sistem informasi dalam bentuk website dapat membantu mengembangkan dan mempromosikan brand Unformal secara efektif.

Kata Kunci: Sistem Informasi, Penjualan Fashion Online, Website Unformal, Midtrans, Kustomisasi.

***Abstract** – The rapid growth of the fashion industry demands companies to continuously innovate in leveraging information systems to enhance efficiency, sales effectiveness, ease of decision-making, and business strategies in online fashion sales. Designing an information system in the form of a website can facilitate customers in obtaining product information, making direct payments through the website with 24 payment methods provided by Midtrans, creating designs according to customer preferences using custom features, boosting promotions, expanding market reach, and increasing customer satisfaction. This proposal focuses on the creation of an interactive website for the Unformal fashion brand and the use of Midtrans as a payment gateway to facilitate the payment process and customization features that are expected to enhance competitiveness in the fashion market. It is hoped that the role of information systems in the form of a website can help develop and promote the Unformal brand effectively.*

Keywords: Information System; Online Fashion Sales; Unformal Website; Midtrans, Customization..

PENDAHULUAN

Peran sistem informasi dalam penjualan fashion online sangat penting dalam mendukung efektivitas dan efisiensi proses bisnis. Sistem informasi penjualan berbasis web memungkinkan perusahaan untuk mengelola data pelanggan, produk, dan transaksi secara cepat dan akurat. Keberadaan sistem ini menjadi krusial mengingat tren dan perkembangan industri fashion yang sangat dinamis. Perusahaan perlu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren serta memperkenalkan produk baru yang relevan dengan kebutuhan pasar.

Unformal, sebagai brand fashion yang berdiri pada tahun 2018, hadir dengan konsep minimalis melalui berbagai produk seperti kaus kaki, hoodie, baju, dan celana. Dengan tagline “Embrace the Uncommon,” Unformal berkomitmen untuk menghadirkan keunikan dalam gaya berpakaian. Dalam menghadapi persaingan industri fashion online yang semakin ketat, keberadaan website interaktif bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga strategi penting untuk membangun citra merek yang kuat, meningkatkan keterlibatan pengguna, serta memperluas pangsa pasar. Website yang interaktif dapat menjadi sarana utama bagi pelanggan untuk mengenal produk, melakukan pembelian, dan membangun hubungan yang lebih personal dengan brand.

Selain itu, kemudahan dalam proses pembayaran menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna. Oleh karena itu, Unformal berkolaborasi dengan Midtrans sebagai pihak ketiga dalam sistem pembayaran. Midtrans, yang didirikan pada tahun 2012, merupakan salah satu payment gateway terkemuka di Indonesia yang menyediakan hingga 24 metode pembayaran, seperti transfer bank, e-wallet, kartu kredit, over-the-counter (toko fisik seperti Alfamart), direct debit, dan cardless credit. Integrasi sistem pembayaran Midtrans diharapkan dapat memberikan kemudahan dan rasa aman bagi pelanggan dalam bertransaksi.

Melalui pengembangan sistem informasi penjualan berbasis website interaktif dengan integrasi Midtrans, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan brand Unformal, memperkuat citra merek yang terpercaya, serta meningkatkan pengalaman pengguna melalui fitur kustomisasi produk dan kemudahan pembayaran digital.

METODE PENELITIAN

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan penerapan sistem informasi penjualan pada brand fashion Unformal berbasis website interaktif dengan integrasi Midtrans. Sistem ini dikembangkan berdasarkan analisis bisnis, rancangan digital, serta pengujian tampilan antarmuka website menggunakan Figma. Sistem yang dihasilkan membantu Unformal dalam mengelola transaksi penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan pengalaman belanja interaktif kepada pelanggan melalui fitur kustomisasi produk serta metode pembayaran yang lengkap.

Analisis Bisnis

1. Analisis Pasar

Analisis pasar dilakukan menggunakan pendekatan Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP). Segmentasi pasar dibagi berdasarkan faktor demografis, geografis, dan psikografis. Targeting dilakukan dengan menyesuaikan pasar potensial yang sesuai dengan

karakteristik pelanggan Unformal, sementara Positioning difokuskan pada pembentukan citra merek yang kreatif, modern, dan mudah diakses melalui platform digital.

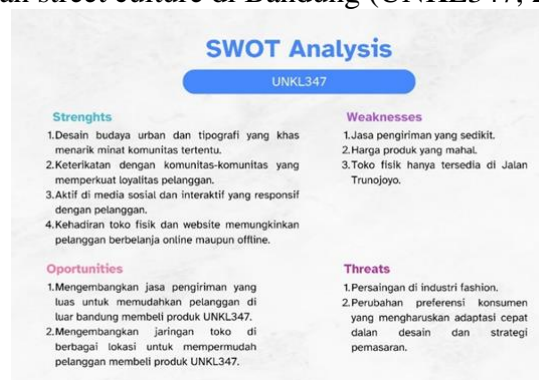


Gambar 1. STP Unformal

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa penerapan STP membantu Unformal dalam menentukan arah strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau konsumen potensial secara digital.

2. Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor dilakukan dengan membandingkan Unformal dengan brand UNKL347 menggunakan pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). UNKL347, yang bergerak di bidang fashion distro, didirikan pada 1996 oleh mahasiswa ITB dan dikenal dengan desain yang menggabungkan budaya lokal dan gaya modern. Brand ini aktif membangun hubungan dengan berbagai komunitas kreatif, mendukung perkembangan street culture di Bandung (UNKL347, 2021).



Gambar 2. SWOT UNKL347

Berdasarkan SWOT UNKL347, Unformal menyusun SWOT-nya untuk menciptakan pembeda dan menawarkan keunggulan yang tidak dimiliki UNKL347.



Gambar 3. SWOT Unformal

Hasil analisis menunjukkan bahwa Unformal memiliki keunggulan kompetitif pada fitur kustomisasi produk dan integrasi payment gateway, sedangkan tantangan yang dihadapi

adalah membangun jangkauan pengiriman yang lebih luas dan memperkuat brand awareness di luar kota Bandung.

Hasil Survei Pengguna

Untuk mengetahui tingkat minat dan pengalaman pengguna terhadap website Unformal, dilakukan survei terhadap 41 responden (14 perempuan dan 27 laki-laki, usia 15–30 tahun).

Hasil survei divisualisasikan pada Gambar 4 hingga Gambar 8 berikut ini.



Gambar 4. Frekuensi Pembelian Produk Fashion Online



Gambar 5. Pengalaman Pengguna Terhadap Fitur Kustomisasi



Gambar 6. Minat Pengguna Terhadap Fitur Kustomisasi Produk



Gambar 7. Pendapat Pengguna Tentang Integrasi Fitur Pembayaran



Gambar 8. Minat Pengguna Terhadap Program Diskon dan Penawaran Spesial

Berdasarkan hasil survei tersebut, 75% pengguna membeli produk fashion online 1–2 kali per bulan, 80% belum pernah mencoba fitur kustomisasi, 51% tertarik untuk menggunakannya, 63% menyukai integrasi pembayaran Midtrans, dan 78% tertarik dengan program diskon. Hasil ini menunjukkan bahwa pengguna memiliki minat tinggi terhadap kemudahan pembayaran dan promosi, serta potensi besar dalam pengembangan fitur kustomisasi sebagai keunggulan kompetitif.

Analisis dan Perancangan Digital

1. Analisis Sistem

Analisis sistem yang akan dibangun bertujuan untuk merancang solusi digital yang efektif dalam mengelola dan mengembangkan bisnis brand fashion Unformal. Sistem ini

dikembangkan berbasis website interaktif dan e-commerce untuk mempermudah proses penjualan produk, memberikan fitur kustomisasi pakaian sesuai keinginan pelanggan, serta mendukung transaksi digital yang terintegrasi dengan Midtrans. Dengan sistem ini, Unformal diharapkan dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, meningkatkan penjualan, dan memperkuat brand awareness di pasar fashion.

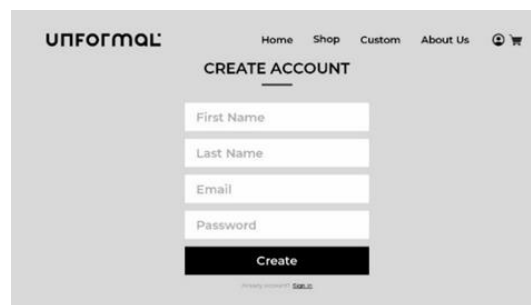


Gambar 9. Flowchart Analisis Sistem yang akan Dibangun

2. Rancangan Antarmuka Website

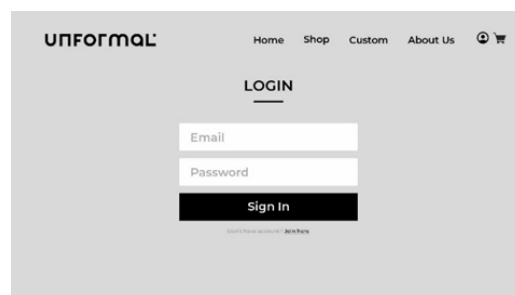
Desain antarmuka website dibuat menggunakan Figma, dengan menampilkan beberapa halaman utama, seperti:

1. Register



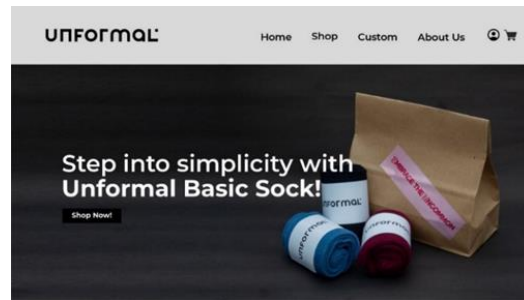
Gambar 10. Register

2. Login



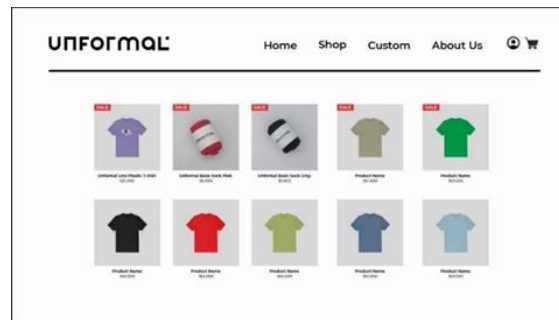
Gambar 11. Login

3. Home



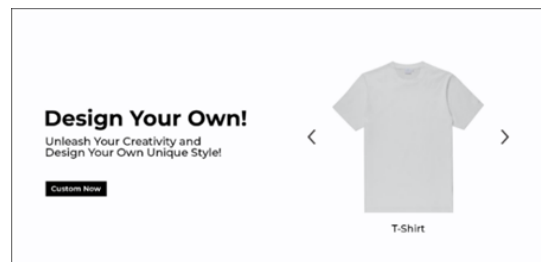
Gambar 12. Home

4. Shop



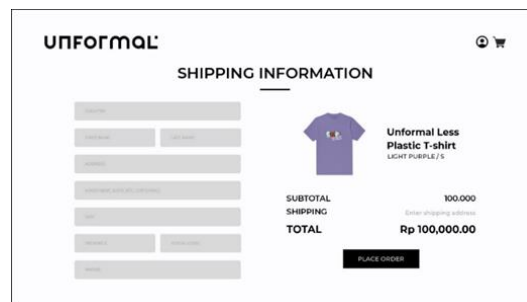
Gambar 13. Shop

5. Custom



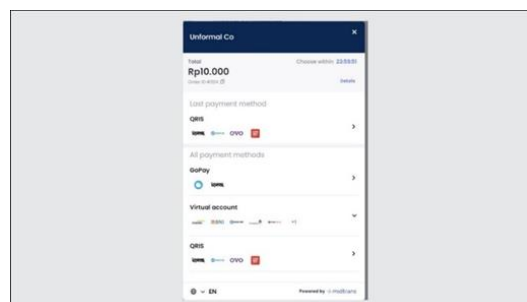
Gambar 14. Custom

6. Checkout



Gambar 15. Checkout

7. Payment



Gambar 16. Payment

Desain ini dibuat dengan gaya minimalist modern, warna netral, serta navigasi yang sederhana untuk memberikan pengalaman pengguna yang baik dan efisien.

KESIMPULAN

Integrasi sistem informasi dalam pembuatan website Unformal dengan fitur kustomisasi dan integrasi Midtrans memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan, efisiensi transaksi, dan penguatan citra profesional brand. Website yang dirancang dengan tampilan modern, minimalis, dan interaktif mencerminkan karakter Unformal sebagai brand fashion yang inovatif dan mudah diakses. Fitur kustomisasi memungkinkan pelanggan untuk berpartisipasi secara langsung dalam proses desain produk sesuai preferensi mereka, sementara integrasi payment gateway Midtrans menghadirkan kemudahan dan keamanan transaksi. Berdasarkan hasil survei pengguna, website ini mampu meningkatkan minat beli serta memperluas jangkauan pasar melalui strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan demikian, penerapan sistem informasi berbasis website interaktif ini berhasil mencapai tujuan penelitian, yaitu meningkatkan daya saing, profesionalitas, dan kepuasan pelanggan pada brand Unformal.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan yang diperoleh, disarankan agar pengembangan website Unformal selanjutnya difokuskan pada optimalisasi fitur kustomisasi dengan menambahkan variasi desain, warna, serta elemen interaktif yang lebih personal untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Selain itu, peningkatan layanan pelanggan juga perlu diperhatikan dengan menghadirkan sistem live chat, pusat bantuan (help center), dan daftar pertanyaan yang sering diajukan (FAQ) secara terintegrasi di dalam website. Langkah ini diharapkan dapat memperkuat hubungan antara brand dan pelanggan serta meningkatkan loyalitas konsumen. Pengembangan lanjutan juga dapat diarahkan pada integrasi fitur analisis data pelanggan untuk mendukung strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan bagi pertumbuhan bisnis Unformal di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R., Ananda Arum, E., Ifah Lubanah, A., Fadhlika, R., Limbong, E., & Budiandru. (2023). PELUANG BAGI MAHASISWA DALAM MEMANFAATKAN BISNIS ONLINE BERBASIS DIGITAL. *JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(6), 2477. <http://bajangjournal.com/index.php/JCI>
- Adinugraha, R., & Wati, K. M. (2024). ANALISIS SWOT DAN STP (SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING)UNTUK MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM –MIE BERGAYA. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 541.
- Ahmad, D., Prakoso, I., Hanggara, B. T., & Pramono, D. (2022). Pengembangan Website E-Commerce memanfaatkan Metode Pembayaran Split Payment menggunakan API Payment Gateway (Studi Kasus: Media Ar-Raihan). *Urnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(7), 3063. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Akbar, M. F. (2020). Sistem Informasi Penjualan Fashion Berbasis Web Pada Distro Klinik Metalik. *Ijns.Org Indonesian Journal on Networking and Security*, 9, 3.
- Andani, M., Salamudin, & Hendrayudi. (2021). SISTEM INFORMASI PELAYANAN KEPENDUDUKAN DESA LECAH BERBASIS WEB MENGGUNAKAN PHP DAN MYSQL. *Jurnal Sistem Informasi Mahakarya (JSIM)*, 4(1), 16.
- Hasbi, & Mardewi. (2022). Implementasi Sistem Informasi Penggajian Karyawan pada PT Prima Sarana Makassar. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Teknik Informatika*, 127. <https://doi.org/10.57093/jjisti.v5i2>
- Lestari, R. D., Tryadriani, R. N., Dominica, A. T., & Ermatika. (2023). SISTEM BASIS DATA PERPUSTAKAAN. *Jurnal Sistem Informasi Dan Aplikasi (JSIA)*, 72.
- Midtrans. (2023). Biaya transaksi payment gateway. <https://midtrans.com/id/biaya>

- Nasution, D. A. F., Saputri, A. H., Hambali, R., & Suhairi, S. (2023). Implementasi Digital Marketing Pada Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2370. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13274>
- Rahman, R., Sutedi, Setiawan, Z., Meilani, B. D., Khadafi, S., Sulistyowati, Utami, R., Putri, A. Y. P., Sodik, A., Aksenta, A., Fahmi, M. A., & Widians, J. A. (2023). BUKU AJAR PENGANTAR SISTEM INFORMASI. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Siahaan, R. A., & Sianturi, R. A. (2024). Analisis Perbandingan Payment Gateway untuk Sistem Pembayaran Berbasis Aplikasi dengan Comparative Study. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 11(2), 292. <https://doi.org/10.25126/jtiik.20241127680>
- Suci, D., Kadarsih, & Trimarsiah, Y. (2021). MEMBANGUN SISTEM INFORMASI KEPEGAWAIAN MADRASAH ALIYAH AL-AZHAR CENTER BATURAJA MENGGUNAKAN EMBARCADERO XE2 BERBASIS CLIENT SERVER. *JTIM) JTIM*, 4(2), 26.
- UNKL347. (2021). UNKL347. https://unkl347.com/Dashboard/enter_lookbook_page
- Wamaer, I. S., Tumbel, A. L., & Soepeno, D. (2022). PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN PT. IVANA PAPUA CARGO EXPRESS ANALYSIS SWOT APPLICATION IN MARKETING STRATEGY PT. IVANA PAPUA CARGO EXPRESS. 10(1), 802.
- Zalukhu, A., Purba, S., & Darma, D. (2023). PERANGKAT LUNAK APLIKASI PEMBELAJARAN FLOWCHART. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Industri*, 4(1), 63.