

## Perancangan Aplikasi Promosi Dan Pemesanan Busana Adat Bali Pada Toko AA. Busana Berbasis Website

Anak Agung Gede Wahyu Prasetya<sup>1)</sup>, Ni Nyoman Supuwingsih<sup>2)</sup>, Ni Kadek Sukerti<sup>3)</sup>

Teknologi Informasi<sup>1)</sup>, Sistem Komputer<sup>2)</sup>, Sistem Informasi<sup>3)</sup>

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: [210040163@stikom-bali.ac.id](mailto:210040163@stikom-bali.ac.id)<sup>1)</sup>, [supuwingsih@stikom-bali.ac.id](mailto:supuwingsih@stikom-bali.ac.id)<sup>2)</sup>, [dektisamuh@gmail.com](mailto:dektisamuh@gmail.com)<sup>3)</sup>

### Abstrak

Toko AA. Busana, yang berlokasi di Desa Paksewali, Klungkung Bali merupakan usaha yang bergerak di bidang fashion Busana Adat Bali yang didirikan pada tahun 2020. Toko ini menghadapi penurunan penjualan dan jumlah pengunjung akibat persaingan ketat, serta proses promosi dan pemesanan yang masih dilakukan secara manual melalui media sosial. Proses manual ini mengakibatkan tantangan dalam pengolahan data barang serta komunikasi antara konsumen dan karyawan staff toko. Untuk mengatasi permasalahan ini, penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah aplikasi berbasis website untuk promosi dan pemesanan produk Busana Adat Bali pada Toko AA. Busana. Penelitian ini menggunakan metode waterfall yang terdiri dari tahap analisis, desain, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan sistem. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi literatur. Aplikasi yang dirancang diharapkan dapat membantu mempromosikan produk dan mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan secara online. fitur-fitur utama yang tersedia pada desain aplikasi meliputi katalog produk, pemesanan online, pembayaran, dan konsultasi stok ketersediaan barang. Hasil penelitian ini adalah menghasilkan suatu desain Aplikasi Promosi Dan Pemesanan Pada Toko AA. Busana. Aplikasi ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan promosi produk di Toko AA. Busana.

**Kata kunci:** aplikasi, website, promosi, pemesanan online, Busana Adat Bali.

### 1. Pendahuluan

Promosi adalah suatu cara yang dilakukan pada perusahaan guna memperkenalkan produk kepada konsumen sehingga dengan cara tersebut konsumen tertarik untuk melakukan pembelian. Promosi adalah salah satu kegiatan dalam marketing yang bertujuan untuk penawaran produk kepada customer dengan tujuan membujuk untuk menerima produk, konsep dan gagasan [1].

AA. Busana Adat Bali merupakan suatu UMKM yang bergerak dibidang fashion Busana Adat Bali yang berlokasi di Desa Paksewali, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung, Bali. Usaha ini didirikan oleh Ibu Agung pada tahun 2020. Usaha ini menjual berbagai macam jenis busana adat bali khususnya pria seperti Udeng, Kampuh, Kemeja adat, Kamen, Slendang dan Sandal. Keunggulan dari Toko ini adalah menjual busana adat bali dengan model yang *up to date* dan harga yang terjangkau serta kualitas yang sangat tinggi.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara bersama Ibu Agung selaku pemilik dari Toko AA. Busana Adat Bali bahwa permasalahan yang dihadapi saat ini yaitu terjadinya penurunan penghasilan penjualan dan penurunan jumlah pengunjung dikarenakan banyaknya pedagang yang menjual berbagai produk yang sama dengan harga lebih murah, Hal tersebut mengharuskan Ibu Agung selaku pemilik toko harus mencari strategi baru untuk meningkatkan penjualan dengan memperluas jangkauan promosi agar lebih dikenal di seluruh daerah yang ada di Bali. Selain permasalahan diatas, permasalahan lain yang dihadapi oleh Ibu Agung selaku pemilik toko AA. Busana yaitu proses pemesanan yang masih bersifat manual. Toko ini sangat bergantung pada media sosial seperti WhatsApp dan Instagram sebagai saluran komunikasi utama dengan konsumen. Hal ini sering kali menimbulkan hambatan komunikasi yang tidak hanya memperlambat proses pemesanan, tetapi juga meningkatkan risiko kesalahan dan ketidaksesuaian antara apa yang diinginkan oleh konsumen dan apa yang akhirnya mereka terima.

Berdasarkan permasalahan yang ada diatas maka pada penelitian ini penulis akan melakukan inovasi membangun suatu Aplikasi yang bisa digunakan dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh Toko AA. Busana dalam proses promosi dan pemesanan produk. Aplikasi ini dibangun berbasis website sehingga dapat diakses dengan lebih mudah menggunakan jaringan internet tanpa ada batas jarak maupun waktu [2]. Penggunaan website sebagai media promosi dan pemesanan barang dinilai lebih tepat karena

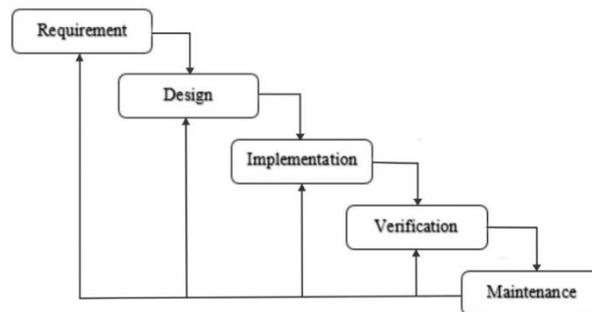
memiliki kelebihan antara lain dapat mengakses data dan informasi dari pelanggan sehingga dapat menjadikan sebagai strategi baru untuk melakukan promosi [3]. Selain itu penggunaan website juga dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dengan lebih efektif dan efisien [4].

Penelitian tentang Aplikasi promosi dan pemesanan telah dilakukan sebelumnya oleh Irfan, Neneng Mariana, Arie Ristianto pada tahun 2022 dengan judul "Aplikasi Promosi dan Pemesanan Biji Kopi Khas Indonesia pada Kini Coffee Berbasis Website". Penelitian ini bertujuan untuk memudahkan bisnis biji kopi Indonesia, khususnya Kini Coffee, dalam melakukan promosi dan pemesanan produk melalui aplikasi berbasis website. Aplikasi ini dirancang untuk memperluas jangkauan konsumen serta menyediakan tutorial terkait penyeduhan biji kopi dan memberikan informasi kepada masyarakat tentang berbagai jenis kopi di Indonesia [5].

Melihat permasalahan dan penelitian terdahulu, Maka penulis akan melakukan penelitian dengan merancang Aplikasi Promosi dan Pemesanan Busana Adat Bali Pada Toko AA. Busana yang memungkinkan pemilik Toko agar lebih mudah untuk melakukan proses promosi produk serta dapat mengelola dengan baik pemesanan barang yang dilakukan oleh *customer*. Diharapkan dengan dibuatnya aplikasi ini dapat membantu *customer* pada Toko AA. Busana memesan barang sesuai yang diinginkan serta menjadi lebih efektif dan efisien. Aplikasi ini diharapkan agar proses bisnis pada Toko AA. Busana menjadi lebih *kompetitif* ditengah persaingan yang semakin ketat dipasar Busana Adat Bali [6].

## 2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan Metode *Waterfall* untuk mengembangkan aplikasi/sistem. Metode *Waterfall* adalah suatu proses perancangan sistem yang dimana tahapannya dilakukan secara *step by step* sehingga membentuk seperti aliran air yang terus mengalir seperti air terjun [7]. Metode penelitian *waterfall* terdiri dari lima tahapan utama yaitu analisis kebutuhan (*requirement*), desain sistem (*design*), implementasi (*implementation*), pengujian (*verification*), dan pemeliharaan (*maintenance*).



Gambar 1. Metode *Waterfall*

### 2.1 Analisis Kebutuhan (*requirement*)

Pengembangan sistem melalui komunikasi intensif dengan pengguna untuk memahami spesifikasi perangkat lunak yang diinginkan serta batasan-batasan yang harus diperhatikan. Informasi yang dibutuhkan didapat melalui tahapan wawancara, diskusi, dan survei langsung. Data yang terkumpul dianalisis secara mendalam guna mengidentifikasi kebutuhan pengguna secara tepat.

### 2.2 Desain sistem (*design*)

Dalam tahapan ini bertujuan untuk merancang suatu sistem yang akan mendukung identifikasi kebutuhan perangkat keras dan persyaratan sistem. Desain ini membantu mendefinisikan arsitektur sistem secara keseluruhan, memberikan gambaran detail tentang bagaimana sistem akan bekerja.

### 2.3 Implementasi (*implementation*)

Tahapan ini sistem dikembangkan dalam bentuk skala yang lebih kecil atau disebut unit. Unit-unit ini kemudian dihubungkan pada tahap berikutnya. Setiap unit dirancang dan diuji untuk memastikan fungsionalitasnya, yang dikenal sebagai pengujian unit (*unit testing*).

### 2.4 Pengujian (*verification*)

Tahapan pengujian dilakukan untuk memverifikasi apakah sistem yang dikembangkan sepenuhnya atau sebagian memenuhi persyaratan yang telah ditentukan. Pengujian ini mencakup beberapa kategori:

- Unit Testing
- System Testing

### 2.5 Pemeliharaan (*maintenance*)

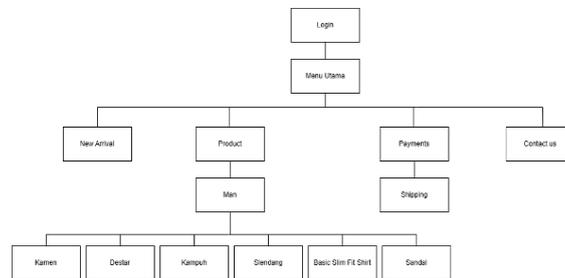
Dalam tahap terakhir metode waterfall ini mencakup pengoperasian dan pemeliharaan perangkat lunak. Pemeliharaan melibatkan perbaikan kesalahan atau cacat yang tidak teridentifikasi pada tahap sebelumnya.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Berikut adalah hasil dari perancangan Aplikasi Promosi Dan Pemesanan Busana Adat Bali Berbasis Website Pada Toko AA. Busana dan Penelitian ini sampai pada tahap Desain Sistem.

#### 3.1 Analisis Kebutuhan Sistem

Tahapan Analisis kebutuhan sistem dilakukan dengan mempeleajari dan merancang solusi yang sesuai dengan permasalahan yang ada pada Toko AA Busana Adat Bali [8]. Aplikasi dirancang untuk mempermudah proses promosi serta pemesanan barang yang sebelumnya manual menjadi berbasis *website*, menyediakan informasi stok barang secara *real-time*, mempermudah *customer* dalam melakukan pemesanan dan pembayaran secara *online* dan memfasilitasi komunikasi antara *customer* dan admin melalui fitur *contact*. Berikut struktur menu yang terdapat pada Aplikasi Promosi Dan Pemesanan Pada Toko AA. Busana :



Gambar 2. Struktur Menu

#### 3.2 Desain Sistem

Desain Sistem adalah tahap perancangan yang melibatkan pembuatan, penggambaran, dan perencanaan arsitektur sistem secara keseluruhan [9]. Dalam pengembangan Aplikasi Promosi dan Pemesanan Busana Adat Bali pada Toko AA. Busana, proses desain sistem mencakup beberapa langkah, seperti pembuatan *DFD* (*Data Flow Diagram*) untuk memetakan alur pada database, *ERD* (*Entity Relationship Diagram*) untuk merancang basis data aplikasi dan perancangan antarmuka untuk desain *interface*.

##### *DFD* (*Data Flow Diagram*)

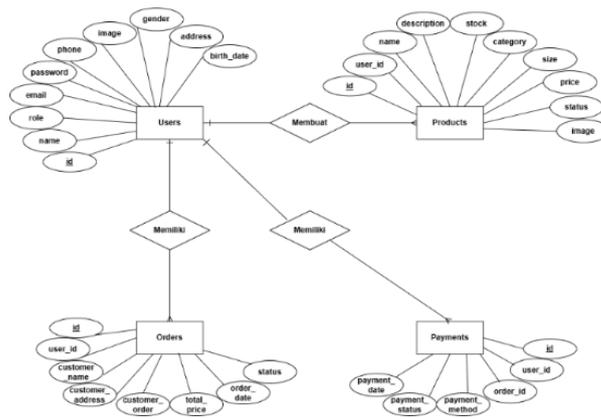
*DFD* (*Data Flow Diagram*) adalah gambar yang memiliki informasi jalan kerja sistem dari proses input sampai ke output pada sebuah sistem [10]. *Diagram Konteks* adalah diagram yang digunakan untuk menggambarkan proses input dan output pada sistem secara menyeluruh. Berikut merupakan *Diagram Konteks* dari perancangan aplikasi tersebut.



Gambar 3. Diagram Konteks

##### *ERD* (*Entity Relationship Diagram*)

*ERD* (*Entity Relationship Diagram*) merupakan diagram yang digunakan untuk melakukan perancangan *database* dan menggambarkan hubungan atau relasi pada aplikasi yang dibangun [11].



Gambar 4. ERD (Entity Relationship Diagram)

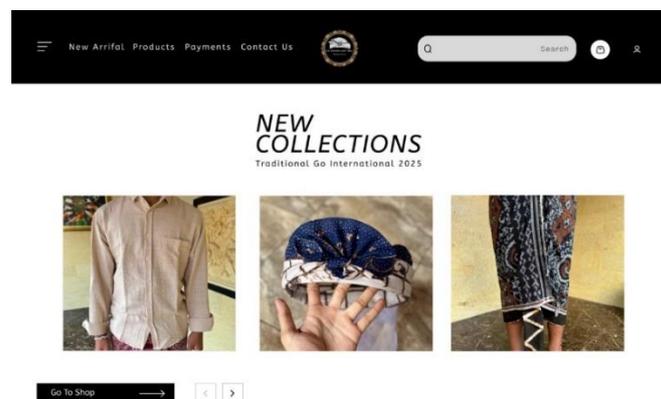
### Perancangan Antarmuka Halaman *Login*

Pada Halaman login, *customer* diminta untuk memasukkan email serta password yang telah terdaftar pada Aplikasi.

Gambar 5. Halaman *Login*

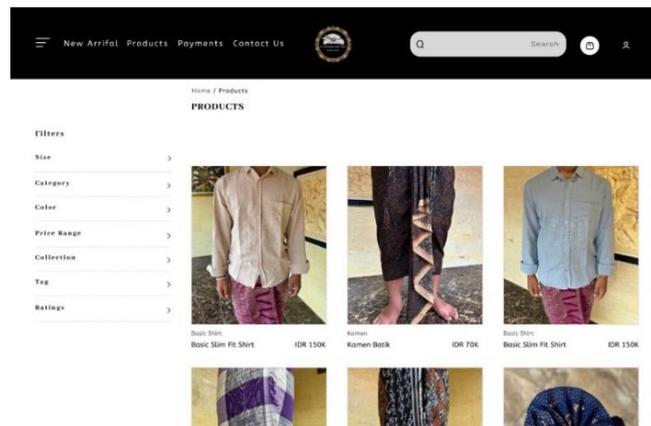
### Perancangan Antarmuka Halaman *Home*

Pada Halaman Home terdapat beberapa menu atau fitur yaitu *new arrival*, *product*, *payments*, dan *contact us*.

Gambar 6. Halaman *Home*

### Perancangan Antarmuka Halaman *Products*

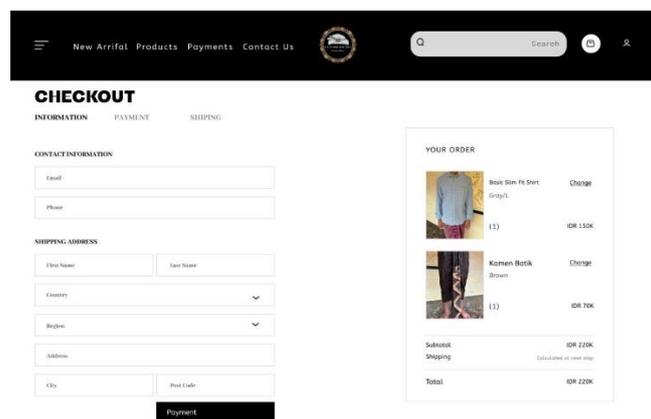
Pada Halaman *Products*, *Customer* dapat melihat nama, jenis produk dan harga dari produk yang tersedia pada Toko AA. Busana.



Gambar 7. Halaman *Product*

### Perancangan Antarmuka Halaman *Checkout*

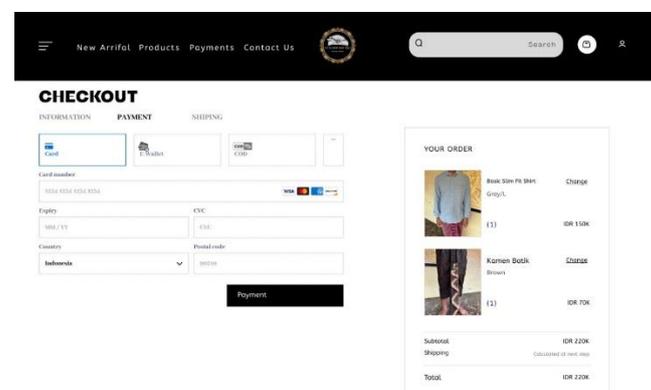
Halaman *Checkout* muncul ketika *customer* ingin melakukan pemesanan barang yang ingin di *order* dan *customer* diwajibkan untuk mengisi data kontak dan alamat pengiriman. Informasi ini diperlukan guna memfasilitasi proses pengiriman barang yang telah dipesan.



Gambar 8. Halaman *Checkout*

### Perancangan Antarmuka Halaman *Payment*

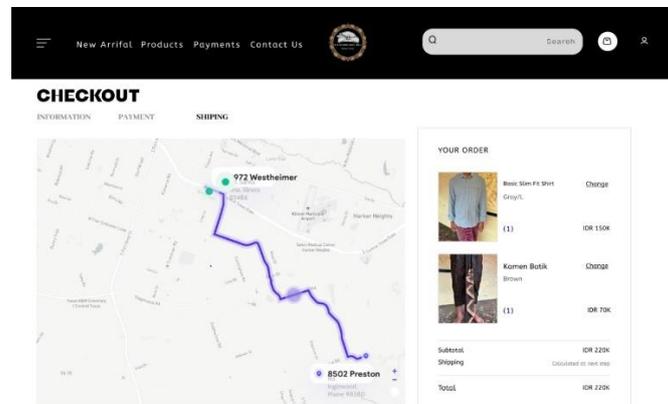
Pada Halaman *Payment*, *Customer* dapat melakukan transaksi dengan menggunakan card, e-wallet dan melakukan sistem *COD* (*cash on delivery*).



Gambar 9. Halaman *Payment*

**Perancangan Antarmuka Halaman *Shipping***

Pada Halaman *Shipping*, *Customer* dapat melihat letak lokasi barang yang dikirim dan dipesan dari Toko AA. Busana.



Gambar 10. Halaman *Shipping*

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, maka didapatkan kesimpulan dari penelitian ini yaitu telah dibuat sebuah Perancangan Aplikasi Promosi Dan Pemesanan Busana Adat Bali Pada Toko AA. Busana. Perancangan yang dibuat terdiri dari perancangan *Data Flow Diagram*, *Entity Relationship Diagram* dan Perancangan Desain Antarmuka. Aplikasi yang telah dirancang diharapkan dapat diimplementasikan secara efektif untuk mengelola data admin, data kelola produk, dan data belanja *customer* sehingga dapat dilakukan dengan lebih efisien dan terorganisir.

#### Daftar Pustaka

- [1] M. S. Ummah, "PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MEREK AQUA SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP CITRA MEREK DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BOROBUDUR," *Sustain.*, vol. 11, no. 1, pp. 1–14, 2021, [Online].
- [2] R. Nuzulah, "Sistem Pelayanan dan Pemesanan Online," *J. String*, vol. 2, no. 3, p. 275, 2020.
- [3] N. Putu, R. Cantika, N. N. Supuwingsih, and A. A. A. Meitridwastiti, "Aplikasi Akademik Taman Kanak-kanak Hita Kumara Berbasis Web," vol. 1, no. 3, pp. 375–380, 2024.
- [4] R. Proses and R. D. Layar, "Aplikasi Promosi dan Pemesanan Paket Tour Berbasis Web Pada CV. Seven Sinergy Wisata," no. x, pp. 1–11, 2021.
- [5] N. Mariana and A. Ristiano, "Aplikasi Promosi dan Pemesanan Biji Kopi Khas Indonesia pada Kini Coffee Berbasis Website," no. 2, pp. 15–19, 2022.
- [6] T. Ariella Batlolona, N. Nyoman Supuwingsih, and N. Kadek Sukerti, "Sistem Informasi Pendaftaran Peserta Didik Baru dan Media Informasi Kegiatan PAUD (TK dan KB) Tunas Kasih Klungkung Berbasis Website," vol. 1, no. 1, p. 2023, 2023..
- [7] A. Abdul Wahid, "Analisis Metode Waterfall Untuk Pengembangan Sistem Informasi," *J. Ilmu-ilmu Inform. dan Manaj. STMIK*, no. November, pp. 1–5, 2020.
- [8] Nurhidayah, "PERANCANGAN SISTEM INFORMASI INVENTORI STOK OBAT STUDI KASUS: APOTEK MITRA MANAKARRA," vol. 3, no. November, pp. 10–14, 2021.
- [9] K. 'Afiifah, Z. F. Azzahra, and A. D. Anggoro, "Analisis Teknik Entity-Relationship Diagram dalam Perancangan Database Sebuah Literature Review," *Intech*, vol. 3, no. 2, pp. 18–22, 2022, doi: 10.54895/intech.v3i2.1682.
- [10] J. Fredy and R. Harman, "Perancangan Sistem Informasi Persediaan Stok Barang Pada Gudang Pt Bank Negara Indonesia Persero (Tbk)," *J. Comasie*, vol. 05, no. 02, pp. 81–89, 2021.
- [11] E. panca Saputra, "SISTEM INFORMASI PEMESANAN BUSANA MUSLIM SECARA ONLINE BERBASIS WEB Elin Panca Saputra Akademi Manajemen Informatika dan Komputer BSI Jakarta Jurusan Manajemen Informatika Jl . RS Fatmawati No . 24 Jakarta ( 10440 ), Jakarta Selatan Indonesia," *Perspektif*, vol. XIV, no. 2, pp. 1–12, 2023.