

RINGKASAN

Tasenyong merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri yang menjual berbagai macam produk lokal asli Banyumas, produk dari Tasenyong yaitu berbagai macam Tas dari brand Tasenyong sendiri dan ada juga dari brand lain. Selama ini, sistem pemasaran yang dilakukan oleh Tasenyong Purwokerto yang hanya melalui media sosial tentunya masih kurang di percaya oleh konsumen yang melakukan transaksi melalui media sosial saja. Oleh karena itu, toko Tasenyong Purwokerto masih sangat kesulitan dalam mendapatkan kepercayaan konsumen untuk melakukan transaksi secara online. Tujuan penelitian ini yaitu membuat dan mengimplementasikan website e-commerce pada toko Tasenyong sebagai media pemasaran dan penjualan online. Perancangan aplikasi ini menggunakan model waterfall. Telah dibuat dan akan diterapkan website e-commerce sebagai media pemasaran dan penjualan online pada toko Tasenyong Purwokerto

Kata kunci: Website, E-commerce, Pemasaran, Penjualan



ABSTRACT

Tasenyong is a company engaged in the industry that sells a variety of original local products Banyumas, products from Tasenyong are a variety of Bags from the Tasenyong brand itself and there are also from other brands. During this time, the marketing system conducted by Tasenyong Purwokerto which is only through social media is still less trusted by consumers who make transactions through social media only. Therefore, the Tasenyong Purwokerto store is still very difficult in gaining customer trust to conduct online transactions. The purpose of this research is to create and implement an e-commerce website at a Tasenyong store as a marketing medium and online sales. The design of this application uses the waterfall model. An e-commerce website has been created and implemented as an online marketing and sales media at the Tasenyong Purwokerto store.

Keywords: Website, E-commerce, Marketing, Sales.

