



Pengaruh Strategi Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Penjualan Baju

Dinda Afriani Pasaribu¹, Fanny Salsabillah², M Risky Utama³

Nikita Kumala Sari⁴, Tiara Astika Dewi⁵

^{1,2,3,4,5} Sistem informasi, Universitas Royal
dindapasaribu28@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko baju serta mengkaji penerapan sistem pemesanan barang dalam mendukung pengelolaan stok dan penjualan. Persaingan bisnis fashion yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan minat beli pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada konsumen. Variabel yang diteliti meliputi strategi harga, promosi, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Selain itu, penelitian juga membahas penggunaan sistem pemesanan barang berbasis komputer yang melibatkan pelanggan, admin, dan supplier untuk meningkatkan efisiensi proses bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi harga, promosi, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Pengelolaan stok yang baik, didukung oleh sistem pemesanan barang dan metode peramalan penjualan seperti *Moving Average*, membantu toko mengurangi risiko kelebihan maupun kekurangan stok. Dengan demikian, penerapan strategi pemasaran yang tepat serta sistem informasi yang terintegrasi dapat meningkatkan efektivitas operasional dan daya saing usaha.

Kata Kunci: Strategi Harga, Promosi, Kualitas Produk, Sistem Pemesanan Barang, Keputusan Pembelian.

Abstract

This study aims to analyze the influence of pricing strategy, promotion, and product quality on consumer purchasing decisions in clothing stores and to examine the implementation of an ordering system in supporting inventory management and sales performance. The increasing competition in the fashion industry requires businesses to implement effective marketing strategies to attract customers and improve sales. This research employs a quantitative approach by collecting data through questionnaires distributed to consumers. The variables examined include pricing strategy, promotion, product quality, and purchasing decisions. In addition, the study discusses the implementation of a computerized ordering system involving customers, administrators, and suppliers to improve business efficiency. The results indicate that pricing strategy, promotion, and product quality significantly influence consumer purchasing decisions. Effective inventory management supported by an ordering system and sales forecasting methods such as *Moving Average* helps businesses reduce the risk of overstocking and stock shortages. Therefore, the implementation of appropriate marketing strategies and integrated information systems can enhance operational effectiveness and business competitiveness.

Keywords: Strategi Harga, Promosi, Kualitas Produk, Sistem Pemesanan Barang, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis fashion di Indonesia semakin pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk pakaian yang berkualitas dan mengikuti tren. Persaingan yang semakin ketat mengharuskan pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar mampu menarik minat konsumen dan mempertahankan pelanggan. Beberapa faktor yang sering menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian adalah harga, promosi, dan kualitas produk. Harga yang sesuai dengan daya beli konsumen dapat meningkatkan minat pembelian, sedangkan promosi yang menarik mampu memperluas jangkauan pasar. Selain itu, kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap suatu toko.

Selain faktor pemasaran, pengelolaan stok dan proses pemesanan barang juga menjadi aspek penting dalam keberlangsungan usaha. Banyak toko masih mengalami kendala seperti pencatatan stok yang tidak akurat, keterlambatan pengadaan barang, serta kesulitan dalam memprediksi jumlah kebutuhan stok di masa mendatang. Sistem pemesanan barang yang masih dilakukan secara manual berpotensi menimbulkan kesalahan pencatatan dan memperlambat proses transaksi. Oleh karena itu, diperlukan sistem informasi pemesanan barang yang mampu mengintegrasikan pelanggan, admin, dan supplier sehingga proses bisnis dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

Penelitian ini menawarkan solusi berupa analisis pengaruh strategi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang didukung oleh penerapan sistem pemesanan barang berbasis komputer. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan metode peramalan penjualan menggunakan Moving Average untuk membantu toko dalam menentukan jumlah stok yang optimal. Dengan adanya sistem yang terintegrasi dan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan toko dapat meningkatkan penjualan sekaligus meminimalkan risiko kelebihan maupun kekurangan stok.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi harga, promosi, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian lain juga menyatakan bahwa penggunaan sistem informasi dalam pengelolaan pemesanan barang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan akurasi data. Namun, sebagian besar penelitian hanya berfokus pada aspek pemasaran atau sistem informasi secara terpisah. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba menggabungkan kedua aspek tersebut sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan bisnis toko baju.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen, menganalisis penerapan sistem pemesanan barang dalam mendukung pengelolaan stok, serta mengetahui manfaat metode peramalan penjualan dalam membantu pengambilan keputusan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemilik usaha dalam menyusun strategi pemasaran, meningkatkan kualitas layanan, dan mengoptimalkan pengelolaan persediaan barang sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

METODOLOGI PENELITIAN

Tahapan Penelitian:

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode studi kasus pada toko pakaian. Tujuan penelitian adalah menganalisis pengelolaan stok barang dan melakukan peramalan (forecasting) penjualan menggunakan metode Single Moving Average (SMA) untuk membantu menentukan jumlah persediaan barang pada periode berikutnya.

Tahapan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Tahap awal dilakukan dengan mengidentifikasi permasalahan yang terjadi pada toko pakaian. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan beberapa permasalahan seperti:

1. Terjadinya kelebihan atau kekurangan stok barang.
2. Perubahan tren model pakaian yang cepat.
3. Kesulitan menentukan jumlah stok yang harus dibeli.
4. Belum adanya sistem peramalan penjualan yang terstruktur.
5. Pengelolaan stok masih dilakukan secara manual.

2. Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh melalui:

a. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pemilik atau pengelola toko untuk memperoleh informasi mengenai:

1. Data penjualan harian, bulanan, dan tahunan.
2. Jenis pakaian yang paling laris.
3. Ukuran yang paling diminati pelanggan.
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan.
5. Sistem pencatatan stok barang.
6. Strategi promosi yang digunakan.
7. Kendala dalam pengelolaan persediaan.

b. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung untuk melihat proses bisnis toko mulai dari:

1. Penerimaan barang dari supplier.
2. Pemeriksaan kualitas dan kelengkapan barang.
3. Pemberian kode barang dan label harga.
4. Input stok barang.
5. Display produk di toko maupun media online.
6. Penyimpanan barang di gudang.

3. Analisis Faktor Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan, yaitu:

- Model atau desain pakaian.
- Kualitas bahan dan jahitan.
- Kelengkapan ukuran.
- Warna produk.
- Harga jual.
- Diskon dan promosi.
- Musim atau momen tertentu seperti Hari Raya dan Tahun Baru.

Selain itu, strategi promosi yang digunakan meliputi:

- Bundling produk.
- Flash sale.
- Gratis ongkir.
- Giveaway.
- Live shopping.
-

4. Pengolahan Data Penjualan

Data penjualan yang digunakan untuk peramalan adalah penjualan baju gamis selama tiga bulan terakhir:

Tabel 1.1 Data Penjualan Toko Baju

No	Jenis Barang	Harga Beli	Harga Jual	Untung
1	Dress	Rp165.000	Rp 245.000	Rp 80.000
2	Kemeja	Rp 90.000	Rp 140.000	Rp 50.000
3	Rok/Setelan Sekolah	Rp 75.000	Rp 100.000	Rp 25.000
4	Setelan Baju Anak	Rp 140.000	Rp 200.000	Rp 60.000
5	Setelan Gamis	Rp 175.000	Rp 240.000	Rp 65.000
6	Celana Jens	Rp 120.000	Rp 180.000	Rp 60.000
7	Kemeja Coco	Rp 100.000	Rp 160.000	Rp 60.000

Tabel 1.2 Metode Pramalan Penjualan Kedepan

No	Priode	Penjualan(At)	Peramalan(Ft)	At-Ft	At-Ft	(At-Ft) ²	APE
1	Jan-25	28					
2	Feb-25	30					
3	Mar-25	37					
4	April	20	31,6667	-11,6667	11,6667	136,112	0,58
5	Mei-25	23	29	-6	6	36	0,26
6	Jun-25	29	26,6667	2,3333	2,3333	5,4443	0,08
7	Jul-25	31	24	7	7	49	0,23
8	Agust-25	25	27,6667	-2,6667	2,6667	7,1113	0,11
9	Sep-25	30	28,3333	1,6667	1,6667	2,7779	0,06
10	Okt-25	23	28,6667	-5,6667	5,6667	32,1115	0,25
11	Nov-25	22	26	-4	4	16	0,18

12	Des-25	32	25	7	7	49	0,22
13	Jan-26	30	25,6667	4,3333	4,3333	18,7775	0,14
14	Feb-26	24	28	-4	4	16	0,17
15	Mar-26	36	28,6667	7,3333	7,3333	53,7773	0,2
Total		420	329,3335	-4,3335	63,6667	422,112	2,48

MAD	MSE	RMSE	MAPE
4,24	28,14	5,3	17,00%

5. Peramalan Menggunakan Metode Single Moving Average (SMA)

Metode Single Moving Average digunakan untuk memprediksi jumlah penjualan pada periode berikutnya dengan menggunakan rata-rata data historis.

Rumus SMA:

$$SMA = \frac{X_1 + X_2 + \dots + X_n}{n}$$

Perhitungan prediksi bulan April:

$$F_{\text{April}} = \frac{30 + 24 + 36}{3}$$

Hasil:

$$[F_{\text{April}} = 30 \text{ pcs}]$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah stok yang direkomendasikan untuk bulan April adalah sekitar 30 pcs untuk produk gamis.

6. Evaluasi Hasil

Hasil peramalan dibandingkan dengan kondisi penjualan aktual untuk mengetahui tingkat kesesuaian prediksi. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar dalam menentukan jumlah pembelian stok pada periode berikutnya sehingga dapat mengurangi risiko kelebihan maupun kekurangan persediaan.

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Analisis deskriptif untuk menjelaskan kondisi penjualan dan pengelolaan stok barang.
2. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan berdasarkan hasil wawancara.
3. Analisis peramalan menggunakan metode Single Moving Average (SMA).
4. Interpretasi hasil peramalan sebagai dasar pengambilan keputusan persediaan barang.

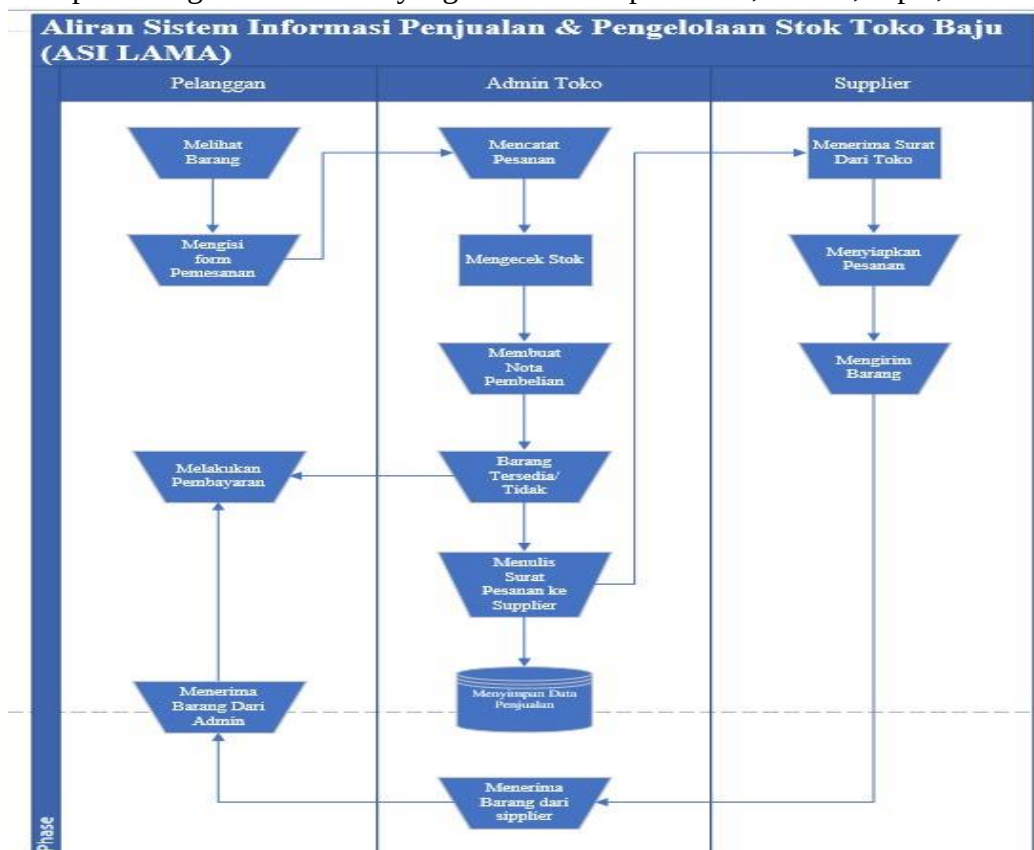
8. Alur Penelitian

1. Identifikasi masalah.
2. Pengumpulan data melalui wawancara dan observasi.
3. Pengolahan data penjualan.
4. Perhitungan metode Single Moving Average (SMA).
5. Analisis hasil peramalan.
6. Penentuan rekomendasi jumlah stok barang.
7. Penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penjelasan Gambar ASI Lama

Gambar ASI LAMA (Aliran Sistem Informasi Penjualan dan Pengelolaan Stok Toko Baju) pada gambar ini merupakan gambaran alur kerja sistem lama yang masih dilakukan secara manual dalam proses penjualan dan pengelolaan stok di toko baju, yang melibatkan tiga pihak yaitu pelanggan, admin toko, dan supplier. Tujuan dari ASI LAMA ini adalah untuk menggambarkan kondisi sistem yang sedang berjalan sebelum adanya sistem baru, sehingga dapat dianalisis kelemahan dan permasalahannya. Dari alur ini dapat diketahui bahwa sistem lama masih memiliki banyak kekurangan, seperti proses yang lambat, pencatatan masih manual, pengecekan stok tidak otomatis, serta rawan terjadi kesalahan data. Oleh karena itu, ASI LAMA digunakan sebagai dasar untuk perancangan sistem baru yang lebih terkomputerisasi, efisien, cepat, dan akurat.

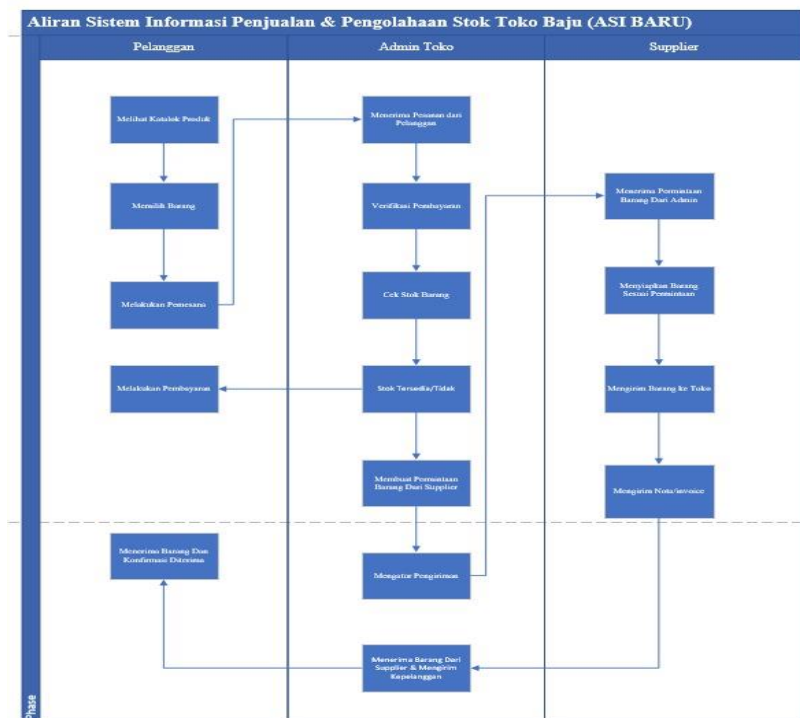


2. Penjelasan Gambar ASI Baru

Gambar ASI BARU (Aliran Sistem Informasi Penjualan dan Pengelolaan Stok Toko Baju) merupakan rancangan sistem yang telah dikembangkan dari sistem lama dengan memanfaatkan proses yang lebih terstruktur dan terkomputerisasi.

Dengan adanya sistem yang lebih terstruktur, proses pengecekan stok, pencatatan transaksi, pemesanan barang ke supplier, dan pengelolaan data dapat dilakukan dengan lebih mudah dan cepat.

Selain itu, sistem baru juga dapat mengurangi kesalahan pencatatan, mempercepat pelayanan kepada pelanggan, serta membantu admin dalam mengontrol persediaan barang secara lebih efektif.



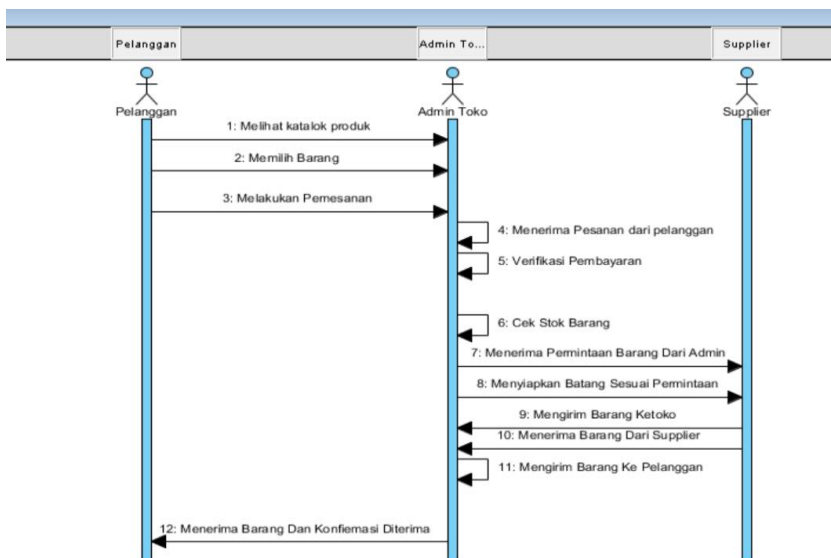
3. Use Case Diagram

Gambar Use Case Diagram ini digunakan untuk menggambarkan interaksi antara pengguna sistem (aktor) dengan fungsi-fungsi yang tersedia pada sistem penjualan dan pengelolaan stok toko baju. Diagram ini menunjukkan hak akses dan aktivitas yang dapat dilakukan oleh setiap aktor, yaitu Pelanggan, Admin, dan Supplier, sehingga memudahkan dalam Memahami kebutuhan sistem yang akan dikembangkan. Dengan adanya Use Case Diagram, pengembang dapat memahami fitur-fitur yang harus tersedia pada sistem sehingga proses penjualan dan pengelolaan stok dapat berjalan secara efektif, terstruktur, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.



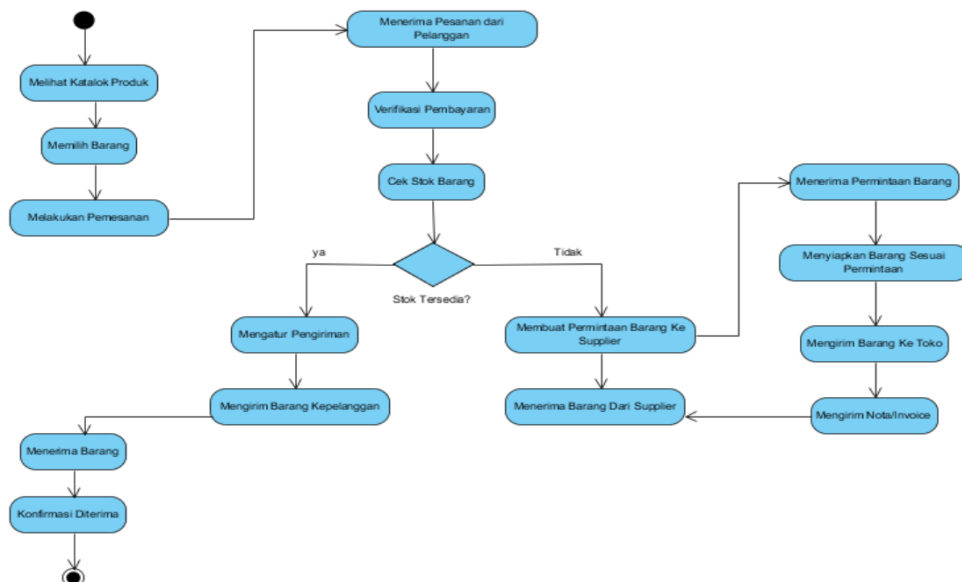
4. Penjelasan Sequence Diagram

Gambar Sequence Diagram ini digunakan untuk menggambarkan urutan interaksi atau pertukaran informasi antar aktor dalam sistem berdasarkan waktu proses berlangsung. Diagram ini menunjukkan bagaimana Pelanggan, Admin Toko, dan Supplier saling berkomunikasi untuk menyelesaikan proses penjualan dan pengelolaan stok barang. Diagram ini membantu pengembang memahami aliran data, waktu terjadinya setiap proses, serta hubungan antar pengguna dalam menjalankan sistem. Dengan adanya Sequence Diagram, proses bisnis dapat dipahami dengan lebih jelas sehingga memudahkan dalam pengembangan dan implementasi sistem.



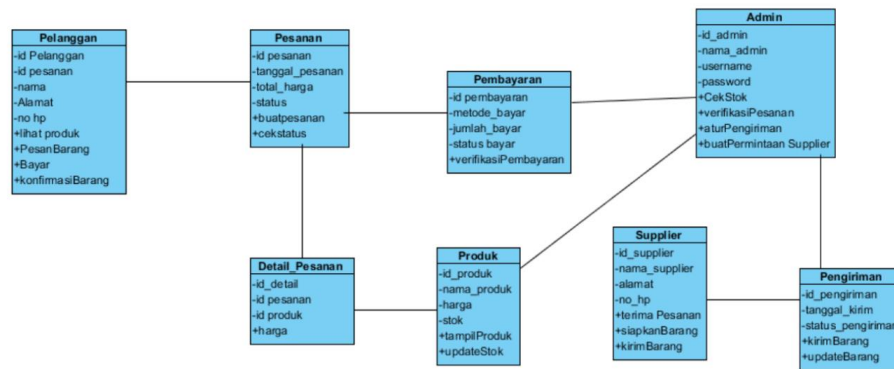
5. Penjelasan Activity Diagram

Gambar Activity Diagram ini digunakan untuk menggambarkan alur aktivitas atau proses bisnis yang terjadi dalam sistem penjualan dan pengelolaan stok toko baju dari awal hingga akhir proses. Diagram ini menunjukkan langkah-langkah yang dilakukan oleh pelanggan, admin toko, dan supplier secara berurutan beserta keputusan yang mungkin terjadi selama proses berlangsung. Diagram ini membantu dalam memahami urutan aktivitas, proses pengambilan keputusan, serta hubungan antar aktivitas yang terjadi dalam sistem. Dengan adanya Activity Diagram, pengembang dan pengguna dapat lebih mudah memahami bagaimana sistem bekerja dan mengidentifikasi bagian proses yang perlu ditingkatkan.



6. Penjelasan Class Diagram

Gambar Class Diagram ini digunakan untuk menggambarkan struktur data, atribut, metode, dan hubungan antar kelas yang terdapat dalam sistem penjualan dan pengelolaan stok toko baju. Diagram ini menjadi dasar dalam perancangan database dan pengembangan sistem karena menunjukkan objek-objek yang digunakan serta hubungan di antara objek tersebut. Dengan adanya Class Diagram, pengembang dapat memahami data apa saja yang diperlukan, hubungan antar data, serta fungsi yang harus dimiliki setiap objek dalam sistem.



KESIMPULAN

Strategi harga, promosi, dan kualitas produk memiliki peran penting dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada toko baju. Selain itu, pengelolaan stok barang yang masih dilakukan secara manual berpotensi menimbulkan kesalahan pencatatan dan ketidaksesuaian jumlah persediaan. Perancangan sistem informasi penjualan dan pengelolaan stok yang melibatkan pelanggan, admin, dan supplier mampu membantu proses bisnis menjadi lebih terstruktur, cepat, dan efisien. Penerapan metode **Single Moving Average (SMA)** juga dapat digunakan sebagai alat bantu dalam memprediksi kebutuhan stok pada periode berikutnya sehingga risiko kelebihan maupun kekurangan stok dapat diminimalkan. Dengan adanya sistem yang terintegrasi dan didukung oleh hasil peramalan penjualan, toko dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan persediaan, kualitas pelayanan kepada pelanggan, serta mendukung peningkatan penjualan secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Metode:

- [1] P. Kotler, Marketing Management, Pearson, 2016.
- [2] F. Tjiptono, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi, 2015.
- [3] S. Assauri, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pers, 2018.
- [4] Makridaksi, S Wheelwright, S C Hyndman, R J, Forecasting: Methods and Applications, New York: Jon Wiley and Sons, 1998.
- [5] H. M. Jogiyanoto, Analisis dan Desain Sistem Informasi, Yogyakarta: Andi, 2017.
- [6] A. Kadir, Pengenalan Sistem Informasi, Yogyakarta: Andi, 2014.
- [7] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2022.
- [8] J. R. B. Heizer, Operations Management, Pearson, 2015.
- [9] K. Armstrong, Principles of Marketing, Pearson, 2018.
- [10] P. T. Baju, *Hasil Wawancara sistem penjualan dan pengolahan stok*, Aek Kanopan, 2026.
- [11] H. O. L. T. Baju, Aek Kanopan, 2026.
- [12] D. P. T. Baju, 2026.