



Desain Website Digital Marketing Pada Shoe Fusion dengan Metode Analytic Network Process

Dewi Maharani, M.Kom^{1*}, Dewi Anggraini, M.Kom², Rizaldi, M.Kom,³

^{1,2,3}Sistem Informasi, Universitas Royal

^{1*}dewimaharani15@gmail.com

Abstrak

Peningkatan pesat dalam dunia bisnis digital menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dalam strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut adalah melalui pembuatan desain website yang efektif dan menarik, khususnya untuk perusahaan yang bergerak di bidang digital marketing. Dalam penelitian ini, fokus utamanya adalah pada pembuatan desain website untuk Shoe Fusion, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan sepatu secara online dengan pendekatan digital marketing. Desain website ini didasarkan pada metodologi Analytic Network Process (ANP), yang merupakan alat pengambilan keputusan yang mengintegrasikan berbagai kriteria untuk menghasilkan keputusan yang optimal. ANP dipilih karena kemampuannya untuk menangani ketergantungan dan umpan balik antara berbagai elemen desain website, seperti user experience (UX), elemen visual, konten, serta fitur-fitur interaktif yang mendukung strategi digital marketing. Dengan menerapkan ANP, desain website yang dihasilkan akan mampu mempertimbangkan berbagai faktor penting secara holistik, sehingga dapat meningkatkan konversi pengunjung menjadi pelanggan dan memperkuat brand image Shoe Fusion.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi desain website yang efektif bagi perusahaan digital marketing seperti Shoe Fusion dan menerapkannya dalam desain website yang berbasis pada analisis berbobot. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi perusahaan dalam merancang website yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki fungsionalitas yang mendukung tujuan pemasaran dan bisnis perusahaan.

Kata Kunci : Website; Digital Marketing; Analytic Network Process (ANP); Shoe Fusion;

Abstract

Rapid developments in the digital business world require companies to continue to innovate in marketing strategies to increase competitiveness and reach more customers. One approach that can be used to achieve this goal is through creating an effective and attractive website design, especially for companies operating in the digital marketing sector. In this research, the main focus is on creating a website design for Shoe Fusion, a company engaged in selling shoes online with a digital marketing approach. The design of this website is based on the Analytic Network Process (ANP) methodology, which is a decision-making tool that integrates various criteria to produce optimal decisions. ANP was chosen because of its ability to handle dependencies and feedback between various website design elements, such as user experience (UX), visual elements, content, as well as interactive features that support digital marketing strategies. By implementing ANP, the resulting website design will be able to consider various important factors holistically, so as to increase the

conversion of visitors to customers and strengthen the Shoe Fusion brand image. The main objective of this research is to identify the main factors that influence effective website design for digital marketing companies such as Shoe Fusion and apply them in website design based on weighted analysis. It is hoped that the results of this research can provide guidance for companies in designing websites that are not only visually attractive, but also have functionality that supports the company's marketing and business goals.

Keyword : Website; Digital Marketing; Analytic Network Process (ANP); Shoe Fusion;

PENDAHULUAN

Dalam lanskap digital yang berkembang pesat, pemasaran berbasis web yang efektif telah menjadi hal yang krusial bagi bisnis di berbagai industri, termasuk sektor alas kaki. Penelitian yang diusulkan, "Desain Situs Web Pemasaran Digital Pada Shoe Fusion dengan Metode Analytic Network Process," bertujuan untuk menjawab kebutuhan ini dengan mengembangkan desain situs web pemasaran digital yang komprehensif untuk Shoe Fusion menggunakan metode Analytic Network Process (ANP).

Metode ANP telah terbukti menjadi alat yang ampuh untuk proses pengambilan keputusan yang kompleks, khususnya dalam bidang pemasaran digital dan pemilihan media. Metode ini memungkinkan integrasi faktor kualitatif dan kuantitatif menjadi satu skor keseluruhan untuk menentukan peringkat alternatif keputusan [1]. Pendekatan ini khususnya relevan dalam konteks e-commerce, di mana beberapa kriteria dan saling ketergantungannya harus dipertimbangkan untuk menciptakan kehadiran online yang efektif.

Penggunaan ANP dalam penelitian ini selanjutnya dibenarkan oleh fleksibilitasnya dan kemampuannya untuk menangkap ketidaktepatan dalam penilaian manusia [2]. Hal ini khususnya penting dalam desain situs web pemasaran digital, di mana pengalaman dan persepsi pengguna memainkan peran penting. Selain itu, kerangka kerja ANP dapat diperluas untuk menggabungkan angka fuzzy yang intuitif, sehingga memungkinkan representasi informasi pengambilan keputusan yang lebih bernuansa [3].

Dengan menerapkan metode ANP pada desain situs web pemasaran digital Shoe Fusion, penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan berbagai aspek pemasaran daring, termasuk daya tarik iklan, pemasaran influencer, dan ulasan pelanggan daring [4]. Studi ini akan mempertimbangkan elemen-elemen penting keberhasilan e-commerce, seperti pengoptimalan mesin pencari (SEO), pemasaran konten, integrasi media sosial, dan pengoptimalan pengalaman pengguna [5]. Pendekatan komprehensif ini akan memungkinkan Shoe Fusion untuk memanfaatkan potensi pemasaran web dan memperoleh keunggulan kompetitif di pasar alas kaki daring.

METODOLOGI PENELITIAN

Tahapan Penelitian

Proses Jaringan Analitik (ANP) adalah teknik pengambilan keputusan komprehensif yang dapat diterapkan pada berbagai bidang penelitian. Berdasarkan makalah yang diberikan, berikut adalah deskripsi terperinci tentang metodologi penelitian menggunakan ANP:

1. Dekomposisi Masalah: Langkah pertama adalah mengurai masalah keputusan menjadi struktur jaringan atau holarki. Ini melibatkan identifikasi tujuan, kriteria, subkriteria, dan alternatif. Struktur jaringan harus menangkap saling ketergantungan dan hubungan umpan balik di antara elemen [1].

2. Perbandingan Berpasangan: Buat matriks perbandingan berpasangan untuk elemen yang diidentifikasi. Perbandingan ini dapat dilakukan menggunakan berbagai bentuk preferensi, seperti penilaian

tegas, penilaian interval, penilaian ragu-ragu, atau penilaian stokastik. Untuk masalah yang kompleks, hubungan preferensi fuzzy intuitionistik (IFPR) dapat digunakan untuk merepresentasikan informasi positif, negatif, dan tak tentu [5]

3. Derivasi Prioritas: Hitung prioritas dari matriks perbandingan berpasangan. Ini dapat dilakukan menggunakan metode seperti metode vektor eigen atau metode yang diusulkan untuk mendapatkan prioritas dari IFPR. Untuk ANP fuzzy (FANP), gunakan alpha-cuts, aritmatika interval, dan indeks optimisme untuk mengubah matriks fuzzy menjadi matriks yang jelas [1].

4. Konstruksi Supermatriks: Bangun supermatriks dengan menggabungkan prioritas yang diturunkan untuk elemen yang saling bergantung. Langkah ini sangat penting untuk menangkap efek jaringan dalam model ANP.

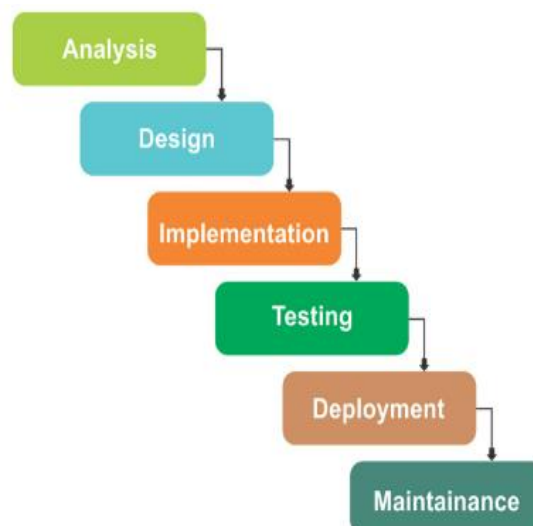
5. Perhitungan Matriks Batas: Hitung matriks batas dengan menaikkan supermatriks ke pangkat hingga konvergen ke nilai yang stabil. Ini memberikan prioritas akhir untuk semua elemen dalam jaringan.

6. Analisis Sensitivitas: Lakukan analisis sensitivitas untuk menilai ketahanan hasil. Langkah ini sangat penting saat berhadapan dengan penilaian yang tidak pasti [4].

7. Analisis BOCR (opsional): Untuk evaluasi yang komprehensif, masukkan analisis Manfaat, Peluang, Biaya, dan Risiko (BOCR) ke dalam kerangka ANP. Hal ini memungkinkan penilaian alternatif yang lebih holistik [6].

8. Implementasi Perangkat Lunak: Manfaatkan perangkat lunak khusus seperti Visual Studio Code [7].

Hasil pembobotan dari ANP digunakan untuk menentukan prioritas elemen-elemen desain website. Ini dapat mencakup aspek-aspek seperti user interface, fitur e-commerce, konten marketing, dan integrasi media sosial. Keputusan akhir mengenai desain website dibuat berdasarkan prioritas yang dihasilkan. Pendekatan ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih terstruktur dan objektif dalam mendesain website digital marketing untuk Shoe Fusion, dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang saling terkait. Metode ANP juga memungkinkan fleksibilitas dalam menyesuaikan kriteria evaluasi sesuai kebutuhan spesifik perusahaan [8], [2], [9].



Gambar 1. Gambar Tahapan Metode Waterfall

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dan pembahasan Untuk merancang desain website digital marketing pada Shoe Fusion menggunakan Analytic Network Process (ANP), beberapa langkah perlu dilakukan, mulai

dari dekomposisi masalah hingga implementasi perangkat lunak. Berikut adalah langkah-langkah yang diambil dalam penelitian ini dan hasilnya.

1. Dekomposisi Masalah

Pada tahap ini, tujuan utama dari desain website untuk Shoe Fusion adalah untuk meningkatkan konversi pengunjung menjadi pelanggan melalui pengalaman pengguna yang optimal. Struktur jaringan terdiri dari tiga kriteria utama yang memengaruhi desain website: **Tampilan Visual**, **Pengalaman Pengguna (UX)**, dan **Fungsionalitas Website**. Di bawah setiap kriteria utama, terdapat subkriteria yang lebih spesifik, yaitu:

1. Tampilan Visual:

- a. Desain grafis (grafis menarik)
- b. Konsistensi branding
- c. Penggunaan warna dan tipografi

2. Pengalaman Pengguna (UX):

- a. Kemudahan navigasi
- b. Kecepatan pemuatan halaman
- c. Responsivitas desain di berbagai perangkat

3. Fungsionalitas Website:

- a. Integrasi e-commerce (keranjang belanja, checkout)
- b. Keamanan website
- c. Fitur interaktif (chatbot, form kontak)

Alternatif yang dipertimbangkan dalam desain website adalah berbagai elemen desain dan fitur yang relevan untuk setiap kriteria. Struktur jaringan (holarki) yang dihasilkan dapat digambarkan sebagai berikut:

Tujuan: Desain Website Digital Marketing Shoe Fusion

|-- Kriteria 1: Tampilan Visual

Tampilan visual adalah salah satu aspek paling penting dalam desain website karena ia menjadi kesan pertama bagi pengunjung. Desain yang menarik secara visual dapat meningkatkan daya tarik pengunjung dan membangun citra merek yang kuat.

|-- Kriteria 2: Pengalaman Pengguna (UX)

Pengalaman pengguna (User Experience/UX) berfokus pada cara pengunjung berinteraksi dengan website dan bagaimana mereka merasakan pengalaman tersebut. UX yang baik dapat membuat pengunjung merasa nyaman, puas, dan cenderung untuk kembali ke website di masa depan

|-- Kriteria 3: Fungsionalitas Website

Fungsionalitas website merujuk pada sejauh mana website dapat memenuhi kebutuhan pengguna dalam hal interaksi dan pelayanan yang ditawarkan. Website yang memiliki fungsionalitas yang baik akan memberikan pengalaman yang lebih lancar dan efektif bagi pengunjung

2. Perbandingan Berpasangan

Untuk menentukan prioritas relatif antar elemen, dilakukan perbandingan berpasangan menggunakan skala preferensi yang telah disesuaikan. Setiap elemen dalam struktur jaringan diperbandingkan berdasarkan seberapa penting elemen tersebut bagi keseluruhan desain website.

Sebagai contoh, dalam kriteria **Tampilan Visual**, dilakukan perbandingan berpasangan antara desain grafis dan konsistensi branding. Hasil perbandingan berpasangan ini ditampilkan dalam bentuk matriks seperti berikut:

Elemen	Desain Grafis	Konsistensi Branding	Penggunaan Warna & Tipografi
Desain Grafis	1	3	2
Konsistensi Branding	1/3	1	1/2
Penggunaan Warna & Tipografi	1/2	2	1

Gambar 2. Hasil Perbandingan berpasangan

Angka dalam tabel menunjukkan perbandingan tingkat kepentingan. Sebagai contoh, desain grafis dianggap tiga kali lebih penting dibandingkan konsistensi branding.

3. Derivasi Prioritas

Setelah matriks perbandingan berpasangan dihitung, langkah berikutnya adalah untuk mengkalkulasi prioritas masing-masing elemen dengan menggunakan metode vektor eigen. Berdasarkan perhitungan prioritas dari matriks perbandingan berpasangan, hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Perhitungan Prioritas

Tampilan Visul	0.45	
Pengalaman Pengguna (UX)	0.35	
Fungsionalitas Website	0.20	

Prioritas ini menunjukkan bahwa tampilan visual dianggap sebagai elemen yang paling penting dalam desain website untuk Shoe Fusion, diikuti oleh pengalaman pengguna (UX) dan fungsionalitas website.

4. Konstruksi Supermatriks

Setelah menghitung prioritas untuk setiap elemen, supermatriks dibangun untuk menggambarkan hubungan saling ketergantungan antara elemen-elemen dalam struktur jaringan.

Sebagai contoh, supermatriks yang dibangun untuk kriteria **Tampilan Visual** dapat terlihat seperti berikut:

Elemen	Desain Grafis	Konsistensi Branding	Penggunaan Warna & Tipografi
Desain Grafis	0.45	0.33	0.22
Konsistensi Branding	0.15	0.55	0.30
Penggunaan Warna & Tipografi	0.25	0.25	0.50

Gambar 3. Konstruksi Supermatrik

Ini menunjukkan pengaruh antar elemen dalam kriteria Tampilan Visual, dan setiap elemen diberi bobot yang sesuai dengan prioritas yang sudah dihitung sebelumnya.

5. Perhitungan Matriks Batas

Setelah membangun supermatriks, tahap selanjutnya adalah perhitungan matriks batas dengan menaikkan supermatriks ke pangkat hingga konvergen. Berdasarkan perhitungan ini, diperoleh prioritas stabil untuk seluruh elemen dalam jaringan. Matriks batas memberikan prioritas akhir untuk setiap elemen sebagai berikut:

Tabel 2. Matriks prioritas akhir

Desain Grafis	0.35	
Konsistensi Branding	0.30	
Penggunaan Warna dan Tipografi	0.35	

Prioritas ini menunjukkan bahwa desain grafis dan penggunaan warna & tipografi memiliki bobot yang hampir setara, yang mengindikasikan keduanya sangat penting dalam menciptakan tampilan visual yang menarik.

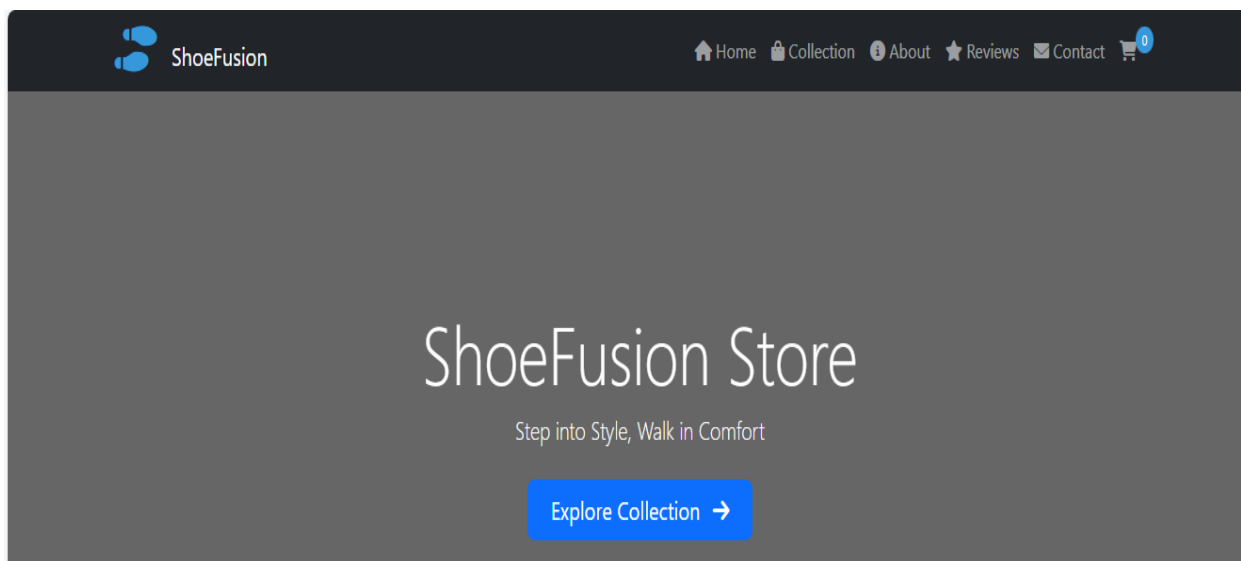
6. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas dilakukan untuk menguji ketahanan hasil terhadap perubahan penilaian. Misalnya, jika tingkat kepentingan desain grafis dikurangi sedikit, bagaimana pengaruhnya terhadap prioritas keseluruhan? Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun ada sedikit perubahan, **Tampilan Visual** tetap mendominasi, menunjukkan stabilitas hasil dalam kondisi ketidakpastian [10].

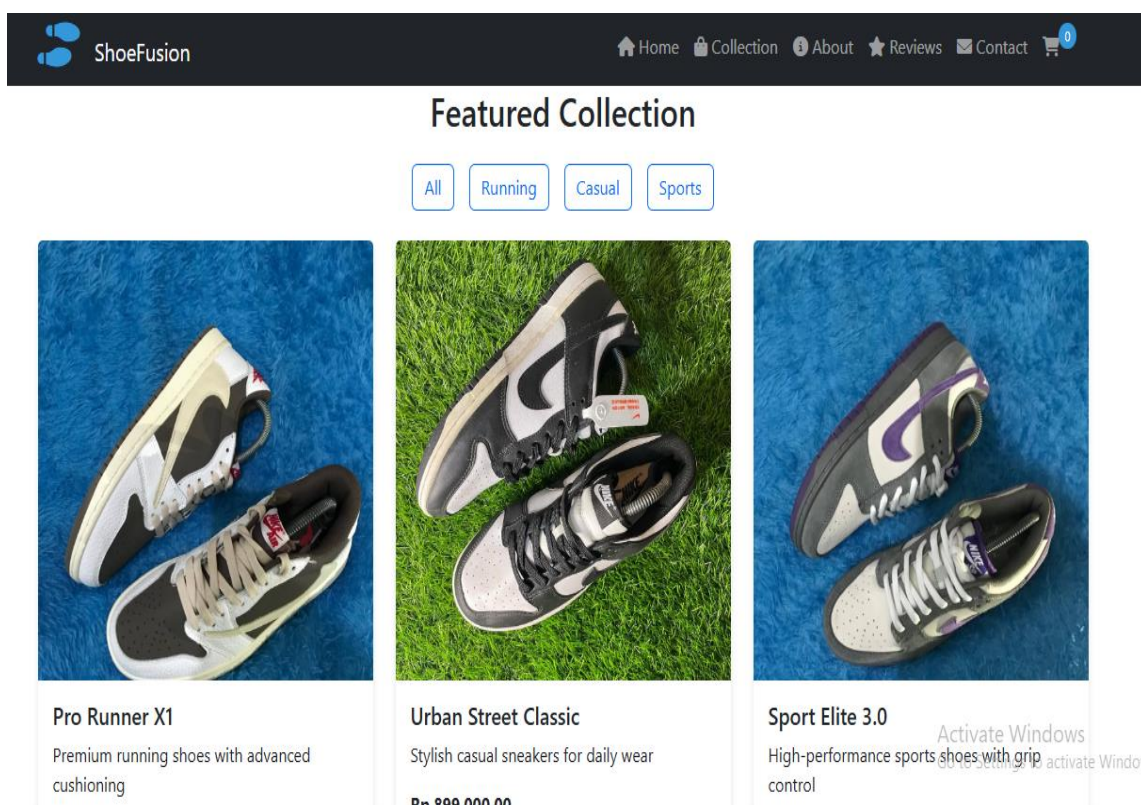
7. Analisis BOCR (Manfaat, Peluang, Biaya, dan Risiko)

Dalam penelitian ini, analisis BOCR digunakan untuk menilai alternatif desain website secara komprehensif, termasuk potensi manfaat yang dihasilkan, peluang yang ada di pasar, biaya yang diperlukan, dan risiko yang mungkin timbul. Evaluasi ini memberikan gambaran yang lebih holistik dalam memilih elemen-elemen desain yang tidak hanya efektif tetapi juga efisien dari sisi biaya dan risiko [11], [12].

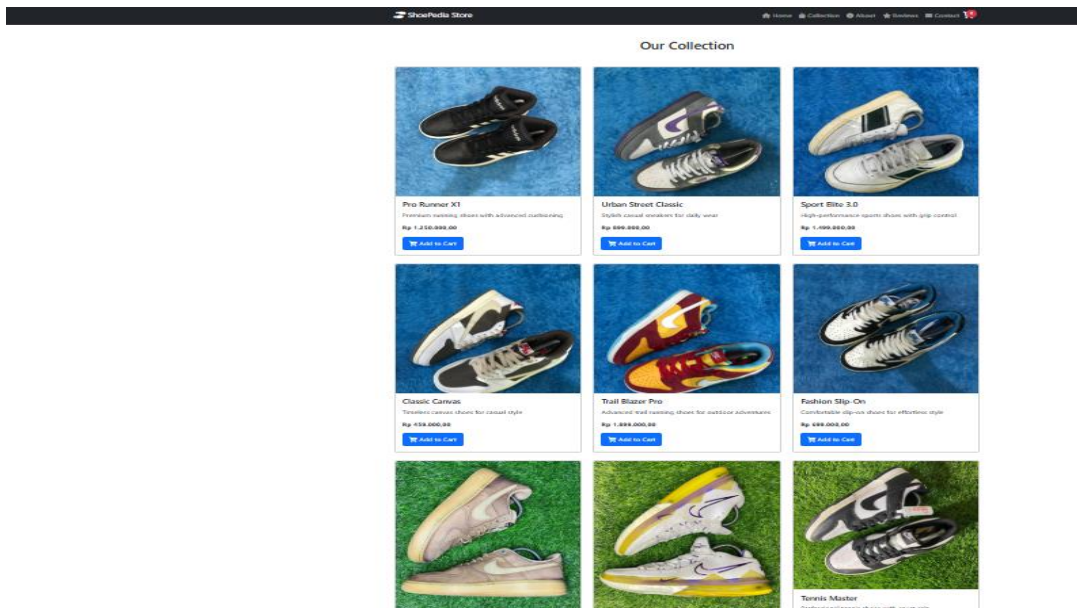
8. Implementasi



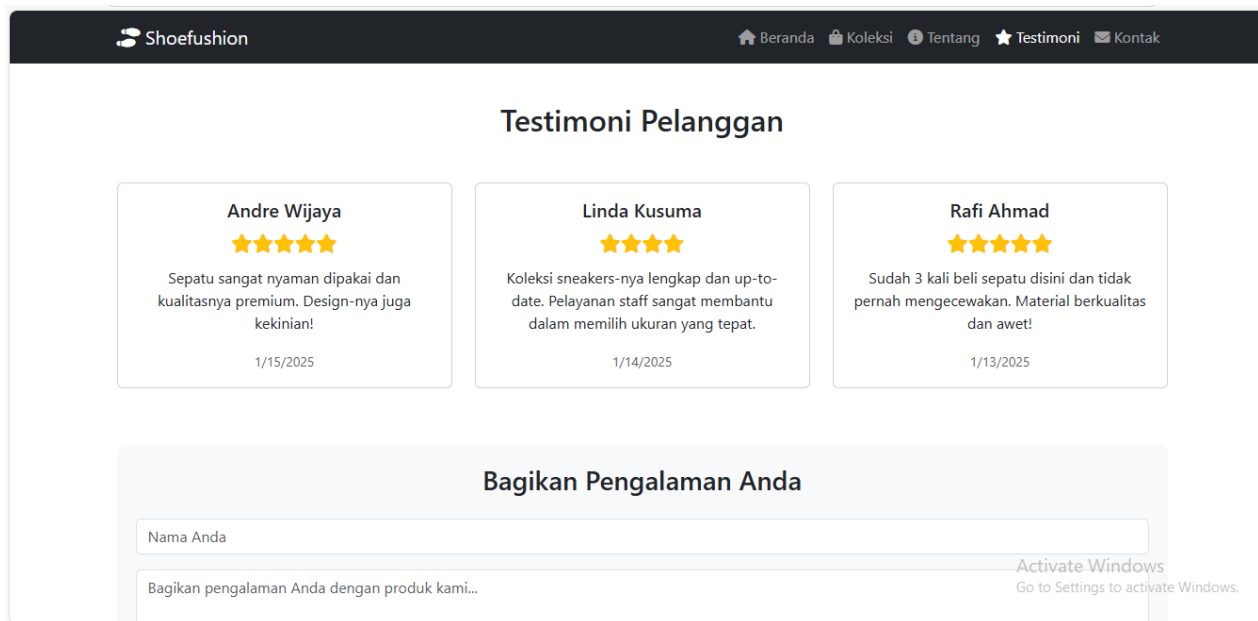
Gambar 3. Tampilan Awal ShoeFusion



Gambar 4. Tampilan Featured Collection



Gambar 5. Tampilan Soes Collection



Gambar 6. Tampilan Testimoni Pelanggan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode **Analytic Network Process (ANP)**, desain website untuk **Shoe Fusion** yang optimal harus memprioritaskan **Tampilan Visual** dengan elemen-elemen desain grafis, konsistensi branding, dan penggunaan warna & tipografi. Pengalaman pengguna (UX) juga memiliki peran penting, namun sedikit lebih rendah dalam prioritas dibandingkan tampilan visual. Dengan memanfaatkan pendekatan ANP, keputusan desain yang diambil menjadi lebih berbasis pada data dan dapat meningkatkan efektivitas strategi digital marketing perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini, yaitu : Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Royal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. N. Yunus, E. Ernawati, E. Nuraini, and K. Yuniarti, "Preserving Heritage of Humanity: A Systematic Study of the Pandemic Impacts and Countermeasures of the SMEs," *Adm. Sci.*, vol. 13, no. 2, 2023, doi: 10.3390/admsci13020065.
- [2] Z. A. Achmad, H. Arviani, and N. R. Santoso, "The Sanak-Kadang Jodhipati : A New Form of Virtual Radio Listeners Community Sanak Kadang Jodhipati : Sebuah Bentuk Baru Komunitas Virtual Pendengar Radio," *Aspikom*, vol. 6, no. 1, pp. 94–109, 2021.
- [3] S. I. Isnawati, A. Aziz, and I. Fauzi, "The Utilization of Smartphone Photography as a Means of Digital Marketing for MSME Players," *Proc. 1st Int. Conf. Res. Soc. Sci. Humanit. (ICORSH 2020)*, vol. 584, no. Icorsh 2020, pp. 909–915, 2020, [Online]. Available: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icorsh-20/125962302%0Ahttps://www.atlantis-press.com/article/125962302.pdf>
- [4] N. Kholidah, M. Arifiyanto, E. Subowo, and Z. B. Pambuko, "Factors Influencing the Interest in Using Sharia Digital Banking Applications in Indonesia," *Cakrawala J. Stud. Islam*, vol. 18, no. 2, pp. 87–102, 2023, doi: 10.31603/cakrawala.10294.
- [5] F. Kosadi, W. Ginting, and V. Merliana, "Digital Receipts of Online Transactions in the Reconciliation Process and the Preparation of Financial Reports," *J. Indones. Econ. Bus.*, vol. 36, no. 1, pp. 31–50, 2021, doi: 10.22146/jieb.59884.
- [6] F. Kong, Y. Li, H. Nassif, T. Fiez, R. Henao, and S. Chakrabarti, "Neural Insights for Digital Marketing Content Design," *Proc. ACM SIGKDD Int. Conf. Knowl. Discov. Data Min.*, pp. 4320–4332, 2023, doi: 10.1145/3580305.3599875.
- [7] E. Kurniawan, N. Nofriadi, and D. Maharani, "Sosialisasi Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk UMKM," *J. Pemberdaya. Sos. dan Teknol. Masy.*, vol. 1, no. 1, p. 31, 2021, doi: 10.54314/jpstm.v1i1.542.
- [8] "3239-11012-2-PB.pdf."
- [9] A. C. M. Copyright, N. Copyright, and C. Machinery, "The Association for Computing Machinery 1601 Broadway , 10th Floor New York New York 10019-7434 ACM ISBN : 978-1-4503-9791-9".
- [10] T. Dan and S. Penanggungjawabnya, "1* , 1 , 1," vol. VI, no. 1, 2019.
- [11] D. Maharani, F. Helmiah, and N. Rahmadani, "Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19," *Abdiformatika J. Pengabd. Masy. Inform.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–7, 2021, doi: 10.25008/abdiformatika.v1i1.130.
- [12] D. Maharani and A. Nata, "PERBANDINGAN METODE MFEP DAN MAUT DALAM SELEKSI CALON PESERTA OLIMPIADE SAINS NASIONAL (OSN) Sistem Informasi , STMIK Royal Kisaran PENDAHULUAN OSN (Olimpiade Sains Nasional) merupakan kegiatan perlombaan dibidang sains dan ilmu pengetahuan yang diran," vol. VI, no. 3, 2020.