

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi mendorong penggunaan inovasi baru dalam pemasaran *online*. Artikel ini membahas strategi pemasaran melalui *website* berbasis *e-commerce* untuk penjualan produk dengan metode *System Development Life Cycle (SDLC) Waterfall*. Toko HeyBion menggunakan sistem ini untuk memudahkan konsumen mendapatkan informasi lengkap tentang produk, melakukan pemesanan, dan pembayaran secara *online*. Pembuatan *website* ini dengan model *waterfall* dari SDLC memastikan proses pembuatan *website* bersusun dari tahap ke tahap untuk efisiensi penjualan produk dan mendukung persaingan di dunia bisnis yang semakin kompetitif.

Proyek akhir ini membahas pengembangan *website e-commerce* untuk toko HeyBion dengan tujuan meningkatkan efisiensi penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Menggunakan metodologi SDLC model *waterfall*, proyek ini bertujuan menciptakan platform yang memudahkan proses penjualan, pembelian, dan manajemen inventaris. Fokus utama meliputi desain antarmuka yang responsif, integrasi sistem pembayaran, manajemen stok real-time, dan optimasi performa *website*. Tantangan yang dihadapi meliputi skalabilitas, keamanan data, dan integrasi dengan berbagai sistem eksternal. Hasil yang diharapkan adalah sebuah *website e-commerce* yang efektif, aman, dan user-friendly, mampu meningkatkan visibilitas brand dan penjualan toko HeyBion. Proyek akhir ini juga menekankan pentingnya pemeliharaan dan pengembangan berkelanjutan untuk memastikan relevansi dan efektivitas platform dalam jangka panjang.

Kata kunci: Pemasaran *Online*, *Website*, *E-Commerce*, Belanja