ABSTRAK

Toko IDAMAN merupakan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang *fashion*, berupa sepatu yang telah menerapakan sistem pemasaran secara *offline* atau hanya pada toko. Penerapan sistem tersebut masih memiliki kekurangan seperti jangkauan pasar yang sedikit sebab pelanggan yang datang hanya lingkungan toko, pengenalan produk hanya dilakukan pada toko sehingga pelanggan hanya mengetahui spesifikasi produk jika berbelanja pada toko serta melalui perorangan dan media telephone hingga proses perekapan data transaksi sering terjadi kesalahan pada saat perhitungan, belum menerapkan sistem *e-marketing* yang baik untuk pelanggan, belum menerapkan proses transaksi penjualan secara *online* serta pemasaran yang belum menerapkan strategi *e-marketing.*

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis membuatkan sistem pada Toko IDAMAN untuk menangani masalah pengenalan produk proses transaksi penjualan produk, promosi produk dan sistem pelayanan dengan penambahan seperti *chating*. Sistem dibangun dengan menggunakan web, sehingga lebih mudah diakses secara *online* oleh konsumen**,** sehingga diperoleh tanggapan dari responden terkait pengembangan sistem yaitu pada proses pengujian *usability* diperoleh skor sebesar 89,47% yang dapat disimpulkan bahwa siswa telah sangat disetujui dan berdasarkan fungsionality diperoleh skor 84,61% yang disimpulkan bahwa siswa telah diterima pengguna

Kata kunci : Penerapan E-Marketing**,**Model OOHDM, Marketing 7P.