

APLIKASI PENJUALAN PRODUK *THRIFT* BERBASIS WEB PADA TOKO DESECOND.MLG

Kanti Wilujeng¹⁾, Heri Purnomo, S.Kom., MMSI²⁾, Linda Suvi Rahmawati, S.Kom., MMSI³⁾

¹Sistem Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita (Kanti Wilujeng)
email: kanti_20310002@stimata.ac.id

²Teknologi Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita (Heri Purnomo)
email: heri@stimata.ac.id

³Sistem Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita (Linda Suvi Rahmawati)
email: linda@stimata.ac.id

Abstract

Desecond.mlg is a business that is engaged in the sale of second-hand clothes or used goods commonly referred to as Thrift. Currently, Desecond.mlg still uses conventional methods in its business, such as buyers who must come directly to the physical store or use personal Instagram and Whatsapp to order products that seem difficult because all processes are still manual, such as the process of choosing products, filling in personal data, the payment confirmation process, checking shipping costs, and product stock management. Therefore, this research aims to help manage the buying and selling transaction process by minimizing manual processes in the old method. The method used in this system design is the SDLC (System Development Life Cycle) method with a Waterfall approach and CMS (Content Management System) WordPress. The implementation results of this system are the establishment of a sales application that can help with marketing, product data management and reporting well, information delivery, as well as helping to manage the buying and selling transaction process with a computerized system.

Keywords: Website, Penjualan, Thrift, Wordpress, Woocommerce.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan jaman, industri fesyen di Indonesia juga semakin berkembang pesat. Menurut organisasi perdagangan dunia (*World Trade Organisation*), sektor ekonomi ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi global, dengan hasil ekspor fesyen global yang mencapai \$492 miliar pada tahun 2018. Industri fesyen juga merupakan sumber lapangan kerja bagi jutaan orang di berbagai negara, terutama di negara-negara berkembang.

Industri fesyen merupakan salah satu sektor yang terdampak pandemi Covid-19, hal ini menjadi tantangan terbesar industri fesyen pada masa itu. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), penjualan pakaian di Indonesia mengalami penurunan sebesar 34% pada kuartal pertama tahun 2020. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti pembatasan mobilitas, perubahan pola

konsumsi, dan penurunan daya beli masyarakat. Pandemi juga menimbulkan tantangan baru bagi para pelaku industri fesyen, seperti kesulitan dalam distribusi, promosi dan penjualan produk.

Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan inovasi dan kolaborasi antara industri fesyen dan teknologi. Beberapa contoh penerapan teknologi dalam industri fesyen adalah dengan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan secara *online*. Teknologi digital dapat membantu pelaku industri fesyen untuk menjangkau pasar yang lebih luas, menyediakan layanan yang lebih mudah dan cepat, serta menghemat biaya operasional. Beberapa platform digital yang dapat dimanfaatkan antara lain adalah *e-commerce*, media sosial dan *website* penjualan secara *online*.

Thrift merupakan aktivitas yang mengacu pada kegiatan membeli barang-barang bekas sebagai bentuk penghematan

atau untuk tujuan lain seperti bentuk perlawanan terhadap budaya konsumen *fast-fashion*. Melalui konsep *reuse*, *Thrift* juga merupakan langkah baik yang dapat mengurangi ancaman buruk akibat dari limbah tekstil. *Thrift* sendiri mulai banyak berkembang belakangan tahun ini terutama di Kota Malang. Banyak sekali *Thrift Shop* di kota Malang yang dapat dijumpai membuat persaingan bisnis ini semakin ketat. Salah satu pelaku usaha yang merasakan dampaknya ialah toko “Desecond.mlg”, toko ini didirikan oleh Bapak Agus pada tahun 2018 dan berlokasi di Jalan Kurnia No. 54 Bululawang Kabupaten Malang. Permasalahan yang dihadapi oleh toko “Desecond.mlg” selama membangun bisnis ini adalah pelayanan secara *online* melalui Whatsapp dan Instagram pribadi yang kurang efisien dalam hal pengecekan stok barang dan pendataan transaksi pemesanan oleh pelanggan. Selain itu, bisnis ini juga kesulitan dalam memasarkan produk secara luas dengan biaya yang minim.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha *Thrift* “Desecond.mlg” tersebut, upaya solusi yang bisa diberikan dengan memanfaatkan teknologi yang ada agar dapat memperkecil permasalahan bisnis ini, solusi tersebut yaitu dilakukan pembuatan laman *website* toko *online* agar dapat membantu memasarkan bisnis secara luas, serta dapat membuat sistem penjualan dan pendataan transaksi lebih tertata dan mudah. Hal tersebut mendukung dalam melakukan riset dengan judul “Aplikasi Penjualan Produk *Thrift* Berbasis Web Pada Toko Desecond.mlg”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana membangun Aplikasi Penjualan untuk memasarkan produk toko “Desecond.mlg” secara luas, serta dapat membantu dalam pengelolaan data transaksi penjualan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk : Menghasilkan aplikasi yang dapat memasarkan produk secara luas dengan biaya yang tidak lebih mahal dari metode konvensional, membantu proses transaksi jual beli, menjadi media penyampaian

informasi dan dapat menyimpan data transaksi dengan baik sehingga dapat mendukung pemasaran bisnis pada toko Desecond.mlg.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah ini bertujuan untuk membuat penelitian ini tidak menyimpang dari yang diteliti, serta dari faktor keterbatasan yang dimiliki terutama dalam hal pengetahuan, waktu, alat, biaya dan sebagainya. Maka penelitian ini dibatasi sebagai berikut :

1. Sistem pada aplikasi yang dibuat meliputi :
 - a. Promosi produk
 - b. Penjualan produk
 - c. Pemesanan produk
 - d. Media penyampaian informasi
 - e. Pembayaran dengan sistem Payment Gateway

1.5. Kontribusi Penelitian

Kontribusi implementasi Aplikasi Penjualan Produk *Thrift* Berbasis Web di toko Desecond.mlg adalah

1. Membantu pemasaran produk secara luas
2. Membantu proses transaksi jual beli
3. Membantu proses penyampaian informasi kepada pelanggan
4. Membantu menyimpan data transaksi penjualan

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Menurut Harip Santoso (2017) pada jurnal yang ditulis oleh (Mahardika, 2020) dengan judul “Perancangan Sistem Informasi Management Siswa Berprestasi Berbasis Android Pada SMK PGRI Rawalumbu” bahwa Aplikasi berasal dari kata *Application* yang berarti penerapan. Pengertian dari aplikasi sendiri ialah kumpulan dari suatu file atau data yang mempunyai tujuan tertentu yang saling terkait.

Menurut William G. Nickels (1998:10) definisi dari penjualan ialah proses yang menggambarkan penjual melayani kebutuhan dan keinginan para konsumen yang dapat menguntungkan dan bermanfaat untuk kedua belah pihak

Pada jurnal yang ditulis oleh (Lestari & Asmarani, 2021) yang berjudul “*Thrift Culture during the Covid-19 Pandemic and Its Impact on the Environment*” menjelaskan bahwa : *Thrift* adalah aktivitas yang

berhubungan dengan mencari atau membeli barang-barang yang sudah pernah dipakai. Barang-barang ini umumnya berasal dari impor dan masih dalam keadaan atau kualitas yang bagus. Ada orang yang melakukan *thrifting* untuk hobi, ada juga yang melakukannya untuk menghemat biaya atau menemukan barang yang unik.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Pengumpulan Data

Data yang diambil guna penelitian ini dikumpulkan dari sumber utama yakni toko Desecond.mlg, dengan metode/teknik yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan data dan informasi pada penelitian ini. Adapun metode tersebut adalah :

A. Wawancara

Wawancara ialah metode penelitian yang dilakukan secara langsung melalui wawancara (tanya-jawab) kepada pemilik serta petugas admin yang berhubungan langsung dengan pelayanan pemasaran dan penjualan produk

B. Observasi

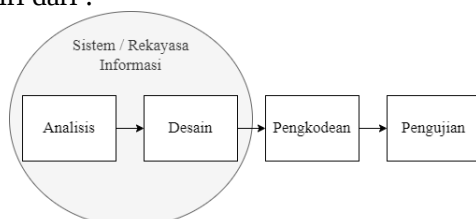
Pada proses ini dilakukan pengamatan dan pencatatan kebutuhan riset secara sistematis terhadap objek yang di teliti. Proses pengamatan meliputi metode konvensional atau sistem yang sedang berjalan dalam bisnis tersebut.

C. Referensi Jurnal

Referensi adalah sumber rujukan yang digunakan sebagai acuan untuk mendukung suatu informasi. Beberapa contoh referensi antara lain : buku, esai, jurnal, artikel, dsb.

3.2. Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem/perangkat lunak yang digunakan oleh peneliti adalah dengan metode SDLC (*System Development Life Cycle*) model *Waterfall*. Metode ini menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara urut dan sekuensial. Adapun tahapan-tahapan pada model ini terdiri dari :



Gambar 3.1 Metodologi *Waterfall*

Sumber : Wanda P dan Rame S. (Eds).2019

A. Analisis Kebutuhan / Riset

Analisis merupakan proses perencanaan rancang bangun sistem yang akan dibuat. Perencanaan ini meliputi alokasi sumber daya, estimasi waktu pengerjaan, biaya, kebutuhan/alat dan lain-lain. Pada tahapan ini diperlukan komunikasi yang baik, tujuannya adalah agar dapat memahami alur dan batasan dalam membuat perangkat lunak yang sesuai harapan pengguna

B. Desain Sistem

Desain sistem dimulai dengan merancang alur sistem yang akan berjalan pada aplikasi, perancangan ini meliputi desain tampilan interface.

C. Penulisan Kode Program

Penulisan kode atau pembuatan sistem dilakukan sesuai tahapan rancangan desain sistem yang sudah di rancang sebelumnya. Pada tahapan ini desain sistem yang diharapkan pengguna diimplementasikan pada sebuah program dengan menggunakan CMS Wordpress

D. Pengujian

Tahapan terakhir pada metode ini ialah tahap pengujian yaitu proses mencari kesalahan dan kegagalan pada sistem seperti *Error* atau *Bug*. Pengujian dilakukan menggunakan metode *Blackbox*.

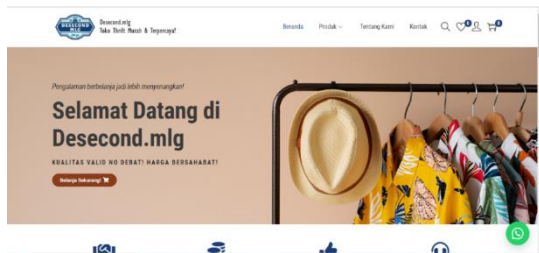
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Pengujian Sistem

Pada tahapan ini menampilkan pengimplementasian *interface* pada program yang dibuat. *Interface* adalah bagian dari aplikasi yang menampilkan fungsi dan fitur yang akan dibangun pada sebuah program.

4.1.1. Halaman Beranda

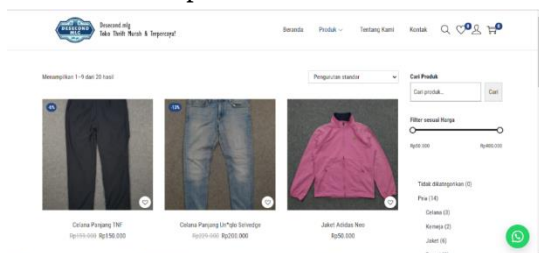
Halaman beranda adalah halaman yang muncul saat pertama kali pengguna mengakses laman *website*. Pada halaman ini terdapat menu *header*, *banner* promosi, *footer*, *tagline* toko, *link* sosial media toko, dan beberapa rekomendasi produk terbaru dan produk promo. Tampilan dapat dilihat pada gambar 4.1



Gambar 4.1. Halaman Beranda Pengguna

4.1.2. Halaman Produk

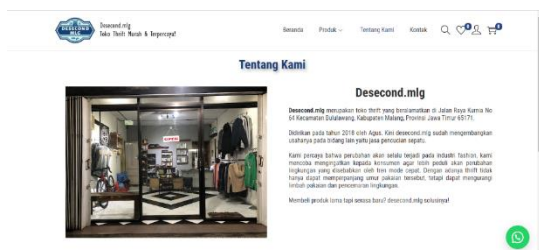
Halaman produk berisi tampilan katalog produk yang tersedia pada toko Desecond.mlg. Pada halaman ini terdapat fitur pengurutan produk, dan pada sidebar sebelah kanan berisi *widget* fitur untuk mencari produk, penyaringan produk berdasarkan harga, dan kategori produk. Halaman produk berguna untuk pengunjung yang hendak melihat katalog produk toko secara lengkap. Apabila gambar produk di klik maka akan mengarahkan pengguna ke halaman detail produk.



Gambar 4.2. Halaman Produk

4.1.3. Halaman Tentang Kami

Halaman tentang kami pada website berisi gambar toko fisik dan deskripsi singkat tentang toko Desecond.mlg. Tampilan halaman tersebut dapat dilihat pada gambar 4.3 dibawah ini.

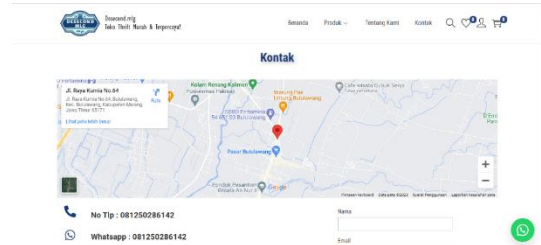


Gambar 4.3. Halaman Tentang Toko

4.1.4. Halaman Kontak

Halaman kontak pada website berisi gambar map yang terdapat alamat toko fisik dan pada bagian bawahnya terdapat informasi

lain berupa nomor telepon, whatsapp, dan email toko Desecond.mlg. Tidak hanya itu pada halaman ini juga terdapat *form* chat untuk pengguna mengirim pesan via email. Tampilan halaman tersebut dapat dilihat pada gambar 4.4.



Gambar 4.4. Halaman Kontak

4.1.5. Kolom Pencarian Produk

Kolom pencarian produk merupakan fitur *website* yang berfungsi agar pengguna dapat menemukan produk yang mereka cari dengan lebih cepat dan mudah. Dengan menggunakan kolom pencarian produk, pengguna dapat memasukkan kata kunci yang berkaitan dengan produk yang diinginkan dan sistem akan mengarahkan hasilnya pada halaman detail produk. Kolom pencarian produk juga dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan membantu pengunjung mempersempit hasil penelusuran mereka berdasarkan kriteria tertentu. Tampilan dapat dilihat pada gambar 4.5.



Gambar 4.5. Kolom Pencarian Produk

4.1.6. Dropdown Sub Kategori Produk

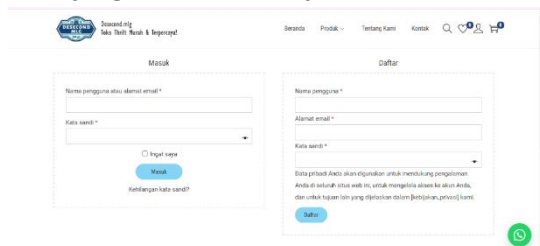
Fungsi dari *dropdown* kategori produk pada sebuah *website* adalah untuk membantu pengguna menemukan produk atau konten yang mereka cari dengan lebih mudah dan cepat. Dengan menggunakan *dropdown* kategori produk, pengguna dapat melihat daftar subkategori produk. Kategori pria memiliki sub kategori celana, jaket, kemeja dan rompi sedangkan untuk kategori wanita memiliki sub kategori jaket dan kaos. Tampilan tersebut dapat dilihat pada gambar 4.6.



Gambar 4.6. Dropdown Sub Kategori Produk

4.1.7. Halaman Masuk dan Daftar Sebagai Pengguna

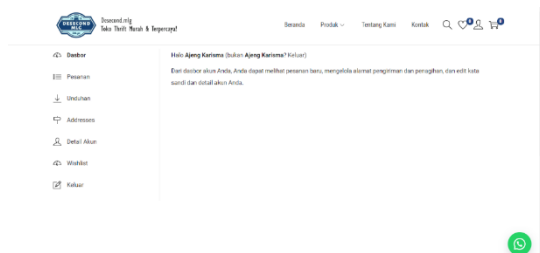
Form daftar digunakan untuk pengguna melakukan pendaftaran sebagai pelanggan. Sedangkan pada form masuk berguna untuk pengguna masuk menggunakan akun yang sudah pernah dibuat sebelumnya. Pada halaman ini berfungsi untuk pengguna menikmati beragam fitur yang ditawarkan antara lain membeli produk, mengakses halaman produk favorit, mengakses laman keranjang, dan fitur lainnya.



Gambar 4.7. Halaman Masuk / Daftar Pengguna

4.1.8. Halaman Dasbor Akun Pengguna

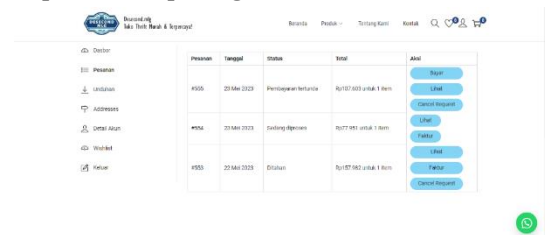
Pada halaman dasbor pengguna menampilkan informasi akun yang sedang dimasuki, dan terdapat tautan untuk menuju laman ubah kata sandi dan detail akun pengguna. Halaman dasbor akun pengguna dapat dilihat pada gambar 4.8



Gambar 4.8 Halaman Dasbor Akun Pengguna

4.1.9. Halaman Dasbor Pesanan Pengguna

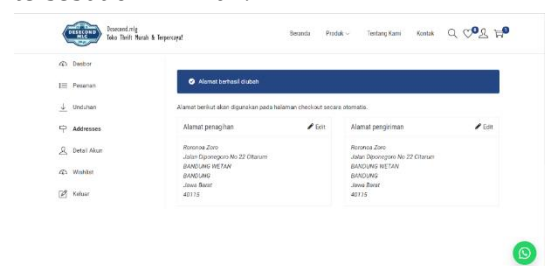
Pada halaman dasbor pesanan menampilkan tabel yang berisi data pesanan pengguna seperti nomor pesanan, tanggal, status, total dan aksi. Pada kolom aksi pesanan terdapat beberapa pilihan tombol yang akan muncul berdasarkan kondisi tertentu, tombol aksi tersebut antara lain : Lihat, Faktur, *Cancel Request*, Bayar, *Track* dan *Mark as Received*. Tampilan tersebut dapat dilihat pada gambar 4.9



Gambar 4.9 Halaman Dasbor Pesanan

4.1.10. Halaman Dasbor Alamat Pengguna

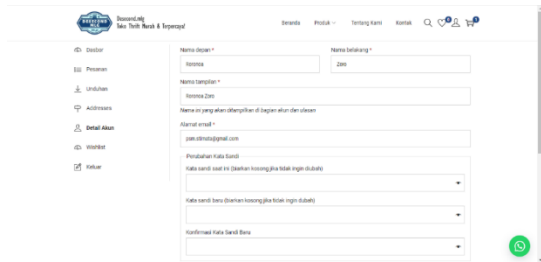
Halaman dasbor alamat pada gambar 4.10 menampilkan tabel alamat penagihan dan alamat pengiriman pengguna. Perbedaan dari kedua alamat tersebut ialah alamat penagihan mengacu pada alamat yang terhubung dengan metode pembayaran tertentu, seperti kartu kredit, dan alamat tempat perusahaan mengirimkan laporan faktur atau tagihan, sedangkan alamat pengiriman mengacu pada lokasi fisik di mana pelanggan menginginkan pesanan tersebut dikirimkan.



Gambar 4.10 Halaman Dasbor Alamat

4.1.11. Halaman Dasbor Detail Akun Pengguna

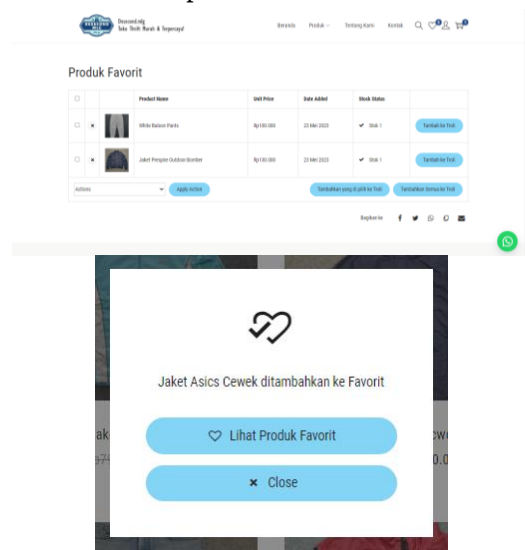
Pada gambar 4.11 merupakan halaman dasbor detail akun, pengguna dapat mengedit data diri berupa nama dan kata sandi pada halaman tersebut.



Gambar 4.11 Halaman Dasbor Detail Akun

4.1.12. Halaman Produk Favorit (Wishlist)

Pada halaman dasbor produk favorit yang ditampilkan pada gambar 4.12 berisikan daftar produk yang difavoritkan pengguna. Pengguna dapat menggunakan berbagai fitur antara lain memasukkan kupon, membagikan daftar produk favorit melalui sosial media, hingga memasukkan produk ke dalam keranjang. Halaman ini dapat diakses untuk pengguna yang telah login. Tampilan *pop-up* yang muncul merupakan tampilan setelah pengguna menekan icon hati pada pojok kiri bawah produk atau dapat juga melalui tombol yang bertuliskan tambah ke favorit pada halaman detail produk.



Gambar 4.12 Halaman Produk Favorit dan Pop-Up

4.1.13. Halaman Detail Produk

Pada gambar 4.13 menampilkan detail produk yang berisi informasi berupa deskripsi, info ukuran dan berat produk, serta galeri foto produk. Dengan melihat detail lengkap produk membantu pengguna memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan menghindari dari penyesalan

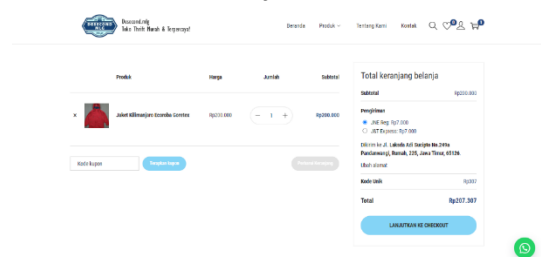
setelah membeli produk. Tidak hanya itu pengguna juga dapat mengetahui informasi kelebihan dan kekurangan produk.



Gambar 4.13 Halaman Detail Produk

4.1.14. Halaman Keranjang

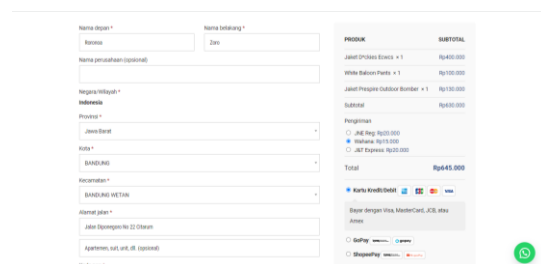
Pada gambar 4.14 menampilkan halaman keranjang yang hanya dapat diakses oleh pengguna yang telah login dan telah memasukkan produk ke dalam keranjang. Pada halaman ini terdapat detail produk yang dimasukkan, harga, serta informasi lainnya. Pada laman ini pengguna juga dapat melakukan pemesanan produk dengan menekan tombol “lanjutan ke *checkout*”.



Gambar 4.14 Halaman Keranjang

4.1.15. Halaman Pemesanan / Checkout

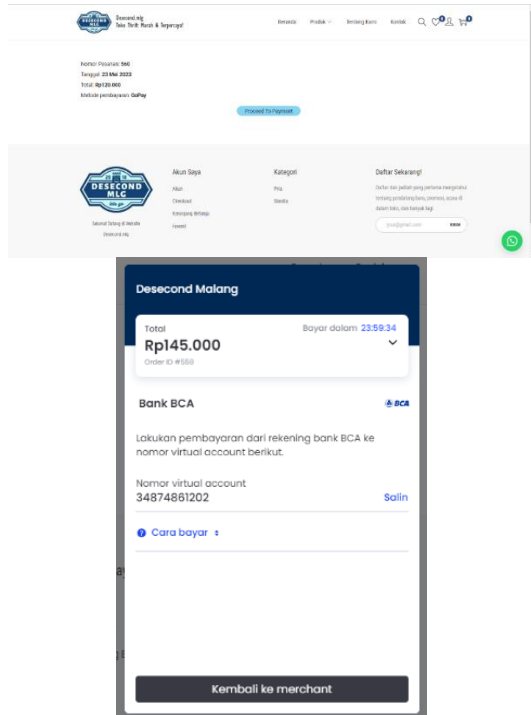
Pada halaman pemesanan menampilkan *form* data diri yang dapat secara otomatis terisi ketika pengguna telah *login* dan menambahkan detail alamat pada halaman dasbor. Pada tahapan ini pengguna dapat memilih jenis jasa pengiriman dan metode pembayaran.



Gambar 4.15 Halaman Pemesanan

4.1.16. Halaman Pembayaran

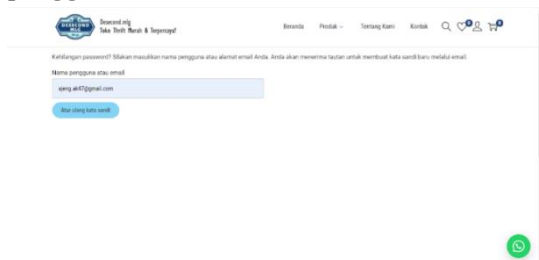
Pada halaman pembayaran yang ditampilkan pada gambar 4.16 merupakan tampilan yang muncul setelah pengguna menyelesaikan proses *checkout*. Halaman tersebut akan otomatis mengalihkan ke tampilan *pop-up* pembayaran beberapa saat setelahnya.



Gambar 4.16 Halaman Pembayaran dan Pop-Up Pembayaran

4.1.17. Halaman Ubah Kata Sandi

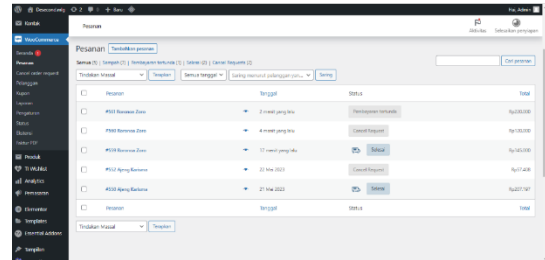
Halaman ubah kata sandi digunakan untuk mengirim tautan via email yang dapat mengarah ke halaman ubah kata sandi pada *website*. Halaman ini berguna untuk memberikan opsi kepada pengguna yang ingin mengatur ulang sandi. Hal ini dapat meningkatkan keamanan dan privasi akun pengguna dengan memastikan bahwa hanya pengguna yang dapat mengakses akun yang pengguna miliki.



Gambar 4.17 Halaman Atur Ulang Kata Sandi

4.1.18. Halaman Admin – Daftar Pesanan

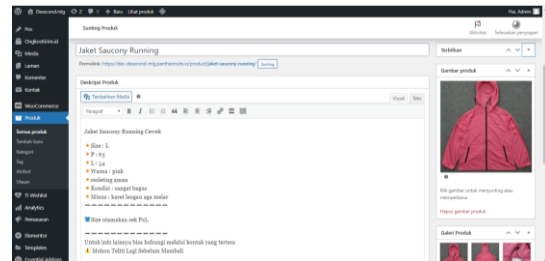
Halaman dasbor admin pada Gambar 4.18 menampilkan daftar pesanan pelanggan. Pada halaman ini admin dapat mengubah status pesanan, melihat data pesanan, mengisi nomor resi pesanan, mengunduh faktur pesanan, dan mengirim email kepada pelanggan secara otomatis.



Gambar 4.18 Halaman Dasbor Pesanan Admin

4.1.19. Halaman Admin – Tambah Produk

Halaman tambah produk pada Gambar 4.18 menampilkan kolom tambah produk yang harus diisi antara lain : Nama, spesifikasi, deskripsi, dan foto produk. Halaman ini berfungsi untuk admin menambahkan produk yang akan dijualnya dan ditampilkan pada halaman *website* pelanggan.



Gambar 4.19 Halaman Tambah Produk

4.1.20. Halaman Midtrans Payment Gateway

Midtrans merupakan layanan yang mendukung banyak metode pembayaran *online* dan pencairan dana untuk membantu dalam melakukan transaksi bisnis. Layanan ini mendukung banyak metode pembayaran dan proses integrasinya yang mudah. Pada gambar 4.20 menampilkan halaman dasbor transaksi pembayaran pada *website payment gateway* midtrans.

The screenshot shows the Midtrans Payment Gateway interface. The header includes the Midtrans logo and the merchant name 'Desecond Malang'. The main table displays transaction details with columns: TRANSID, TANGGAL & WAKTU, ID PEMERIKSA, EMAIL PELANGGAN, JUMLAH, and STATUS. The table contains several rows of transactions, including QRIS, Bank Transfer, and Credit Card payments, with their respective dates, times, IDs, email addresses, and amounts.

Gambar 4.20 Halaman Midtrans Payment Gateway

4.2. Hasil Pengujian Aplikasi

Hasil pengujian aplikasi ini menggunakan metode pengujian *Blackbox*. Pengujian ini berfokus pada sisi fungsionalitas pada aplikasi yang dibangun. Rancangan dari pengujian aplikasi dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1 Rancangan Pengujian

No	Nama Sistem Uji	Detail Pengujian	Jenis Pengujian
1.	Registrasi	Daftar Akun	<i>Blackbox</i>
2.	Login	Masuk Website	<i>Blackbox</i>
3.	Lupa Kata sandi	Mengubah Kata sandi Akun	<i>Blackbox</i>
4.	Checkout	Membuat Pesanan	<i>Blackbox</i>
5.	Tambah Produk	Menambah Produk	<i>Blackbox</i>

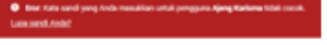
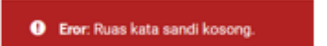
4.2.1. Tahap Pengujian Registrasi

Pada tabel 4.2 menjelaskan mengenai tahapan pengujian proses registrasi atau pendaftaran akun pada *website* yang telah dibuat. Tahapan ini diuji agar dapat menganalisa apabila proses tidak berjalan sesuai yang diharapkan.

No	Variabel	Masukan	Harapan	Hasil	Pengamatan
1.	Nama Pengguna	<kosong>	Gagal melakukan pendaftaran akun	Pendaftaran Gagal	Sukses : Pendaftaran akun gagal karena setiap parameter harus diisi
	Alamat Email	<kosong>			
	Kata sandi	<kosong>			
	Hasil Tampilan Website				

4.2.2. Tahap Pengujian Login

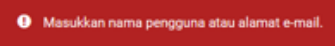
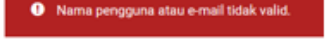
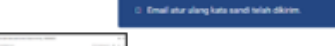
Pada tabel 4.3 menjelaskan mengenai proses tahapan pengujian *login* atau masuk pada akun yang telah di daftarkan sebelumnya. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memvalidasi proses login dapat berjalan sesuai alur.

No	Variabel	Masukan	Harapan	Hasil	Pengamatan
1.	Nama/Email	<kosong>	Gagal Login	Gagal Login	Sukses : Login gagal karena setiap parameter harus diisi
	Kata sandi	<kosong>			
	Hasil Tampilan Website				
	Postcondition	Peringatan kesalahan muncul ketika pengguna menekan tombol daftar tanpa mengisi semua kolom.			
2.	Nama/Email	<kosong>	Gagal Login	Gagal Login	Sukses : Login gagal karena sandi yang dimasukkan salah
	Kata sandi	<terisi>			
	Hasil Tampilan Website				
	Postcondition	Peringatan kesalahan diatas muncul ketika pengguna salah memasukkan kata sandi akun. Pada peringatan tersebut terdapat tautan lupa kata sandi yang jika diklik maka akan otomatis menuju halaman ubah kata sandi			
3.	Nama/Email	<terisi>	Gagal Login	Gagal Login	Sukses : Login gagal karena setiap parameter harus diisi
	Kata sandi	<kosong>			
	Hasil Tampilan Website				
	Postcondition	Kesalahan diatas muncul apabila pengguna tidak mengisi kolom sandi kemudian menekan tombol masuk.			
4.	Nama/Email	<terisi>	Login Berhasil	Berhasil login	Sukses : login berhasil karena semua parameter terisi dengan data valid
	Kata sandi	<terisi>			

Hasil Tampilan Website	
	Postcondition Halaman dasbor pengguna otomatis mengalihkan pengguna dari halaman login sebelumnya, setelah mengisi kolom nama/email dan kata sandi yang valid.

4.2.3. Tahap Pengujian Lupa Kata sandi

Tahapan pengujian lupa kata sandi ditujukan agar sistem dapat memastikan keamanan dan privasi akun tetap terjaga. Tahapan pengujian tersebut dipaparkan pada tabel 4.4, hasil dari pengujian ini adalah sistem sukses dan berjalan sesuai yang diharapkan.

No.	Variabel	Masukan	Harapan	Hasil	Pengamatan
1.	Nama/Email	<kosong>	Gagal ubah sandi	Gagal ubah sandi	Sukses : Ubah sandi gagal karena setiap parameter harus diisi
	Hasil Tampilan Website				
	Postcondition	Pada halaman lupa kata sandi pengguna wajib mengisikan email untuk sistem mengirimkan pesan tautan secara otomatis			
2.	Nama/Email	<terisi>	Gagal ubah sandi	Gagal ubah sandi	Sukses : Ubah sandi gagal karena email belum pernah di daftarkan akun
	Hasil Tampilan Website				
	Postcondition	Mengisi kolom dengan email yang terdeteksi belum pernah didaftarkan akan memunculkan alert tidak valid.			
3.	Nama/Email	<terisi>	Berhasil ubah sandi	Berhasil ubah sandi	Sukses : Ubah sandi berhasil karena semua parameter terisi dengan data valid
	Hasil Tampilan Website				
	Postcondition	Email yang terdaftar dan valid akan mendapatkan pesan via email berisi tautan yang mengarahkan pengguna pada halaman ubah sandi			

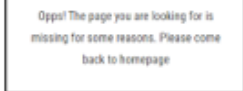
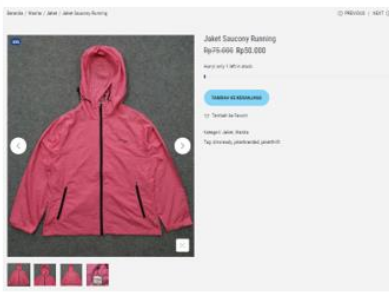
4.2.4. Tahap Pengujian Checkout Pesanan

Tahapan pengujian *Checkout* merupakan tahapan pengujian untuk proses pemesanan produk oleh pelanggan. Proses ini meliputi pengisian data diri dan data alamat. Dapat dilihat pada tabel 4.5

No.	Variabel	Masukan	Harapan	Hasil	Kesimpulan
1.	Semua kolom	<kosong>	Gagal Checkout	Gagal Checkout	Sukses : Gagal Checkout karena semua parameter harus diisi
	Hasil Tampilan Website				
	Postcondition	Ketika pengguna menekan tombol buat pesanan tanpa mengisi semua kolom yang ada, maka akan muncul peringatan kolom harus diisi. Dan proses checkout tidak dapat dilanjutkan			
2.	Semua kolom	<terisi>	Berhasil Checkout	Berhasil Checkout	Sukses : Berhasil Checkout karena semua parameter diisi dengan valid
	Hasil Tampilan Website				
	Postcondition	Ketika pengguna menekan tombol buat pesanan setelah semua kolom diisi dengan valid maka pengguna akan diarahkan ke proses pembayaran sesuai metode pembayaran yang dipilih.			

4.2.5 Tahap Menambahkan Produk Pada Dasbor Admin

Tahapan pengujian penambahan produk oleh admin pada tabel 4.6 menjelaskan analisa proses penambahan produk dari pengisian data sampai tahapan produk berhasil ditampilkan pada halaman *website* pelanggan.

No.	Variabel	Masukan	Harapan	Hasil	Pengamatan
1.	Nama produk	<kosong>	Gagal menambah produk	Gagal menambah produk	Sukses : Gagal menambah produk karena parameter harus diisi
	Hasil Tampilan Website				
	Postcondition Ketika admin menambah produk tetapi tidak mengisi variabel nama produk maka produk tidak dapat ditampilkan pada halaman website dan tidak menambah jumlah produk				
2.	Nama Produk	<terisi>	Gagal menambah produk	Gagal menambah produk	Sukses : Gagal menambah produk karena semua parameter harus diisi
	Gambar Produk	<kosong>	Gagal menambah produk	Gagal menambah produk	Sukses : Gagal menambah produk karena semua parameter harus diisi
	Hasil Tampilan Website				
	Postcondition Ketika admin memasukkan nama produk tetapi tidak menambahkan gambar produk maka tampilan gambar tidak ada, dan tidak muncul tombol untuk memasukkan produk ke dalam keranjang				
3.	Semua detail produk yang perlu diisi	<terisi>	Berhasil menambah produk	Berhasil menambah produk	Sukses : Sukses menambah produk karena semua parameter diisi dengan data valid
	Hasil Tampilan Website				
Postcondition Ketika admin mengisi nama produk, deskripsi, harga, kategori, stok, berat pengiriman, dan menambah gambar produk maka produk berhasil ditambahkan dan ditampilkan pada halaman website					

4.3. Perbandingan Metode Lama dan Metode Baru

Pada bab ini menjelaskan mengenai perbandingan metode lama dan metode baru setelah proses implementasi. Hasil perbandingan tersebut ditampilkan pada tabel 4.7

Tabel 4.7 Perbandingan Metode Lama dan Metode Baru

No.	Deskripsi	Metode Lama	Metode Baru
1.	Pelanggan melakukan pembelian	Pelanggan datang ke toko fisik atau melalui instagram	Pelanggan hanya perlu mengakses website
2.	Pengisian data pesanan pada proses <i>repeat order</i>	Pelanggan mengisi data pesanan secara manual	Pelanggan hanya perlu mengisi data pesanan sekali pada sesi edit alamat. Saat melakukan <i>repeat order</i> kolom data diri akan terisi otomatis
3.	Pelanggan konfirmasi pembayaran	Pelanggan melakukan pembayaran dan perlu mengirim bukti pembayaran secara manual	Pelanggan melakukan pembayaran melalui sistem payment gateway dan tidak perlu mengirim bukti pembayaran
4.	Pengecekan ongkos kirim	Pada sistem lama proses cek ongkos kirim akan dilakukan admin dengan mengecek secara manual melalui website jasa kirim pilihan	Ongkir kirim dapat tampil secara otomatis ketika pelanggan sudah memasukkan alamat pengiriman
5.	Proses pencarian produk	Pelanggan mengecek produk secara manual dengan menggulir tampilan katalog pada <i>feed</i> instagram	Pelanggan dapat melakukan pencarian produk melalui kolom pencarian atau fitur penyaringan pada <i>website</i>
6.	Mengganti informasi stok produk habis	Pada instagram ketika produk sudah habis terjual maka admin akan menghapus postingan atau menyunting keterangan produk secara manual	Produk yang telah habis terjual akan menghilang dari galeri produk pada website secara otomatis

4.4. Pengujian Waktu

Pada tabel 4.8 menyajikan data pengujian waktu yang membuktikan apabila aplikasi berhasil, pengujian ini dilakukan dengan membandingkan kecepatan waktu antara sebelum dan sesudah adanya aplikasi.

Tabel 4.8 Pengujian Waktu

No.	Deskripsi	Waktu Sebelumnya	Waktu Menggunakan Website
1.	Pemesanan produk	Membutuhkan waktu sekitar 5-10 menit untuk pelanggan dapat melakukan pemesanan produk	Dibutuhkan waktu tidak lebih dari 5 menit untuk pelanggan dapat melakukan pemesanan produk

5. KESIMPULAN

Pengujian pada aplikasi penjualan produk *thrift* berbasis *website* pada toko *desecond.mlg* menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan dibangunnya aplikasi penjualan produk *thrift* berbasis web pada toko *Desecond.mlg* membantu pembeli dalam melakukan transaksi pembelian kapanpun dan dimanapun dengan akses internet.
2. Sistem pelayanan pembeli, pemrosesan transaksi dan pelaporan transaksi penjualan yang otomatis menjadi lebih terbantu sehingga admin dapat dengan mudah menentukan strategi bisnis kedepannya

6. REFERENSI

Abdulloh, R. (2018). *7 in 1 Pemrograman Web untuk Pemula*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Diakses dari <https://books.google.co.id/books>

Aldwin Nayoan (2022, 5 Maret). Apa Itu WordPress? Kelebihan, Kekurangan, dan Manfaatnya. Tulisan pada <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-wordpress/>

Ariani, Fenty, et al. Aplikasi Berbasis Web Metode Servqual Untuk Mengukur Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Laboratorium Komputer. *Expert*, vol. 8, no. 2, 3 Dec. 2018, doi:10.36448/jmsit.v8i2.1112.

Fauzan Pratama, A., & Diana, A. (2021). Implementasi *E-Commerce* Dengan *Content Management System* Wordpress Menggunakan Woocommerce Pada Hopeandsoles.Id. Dalam *Indonesia Journal Information System (Idealis)* (Vol. 4, Nomor 1). <http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/index>

Ghesa Gafara. (2019). *A Brief History of Thrifting*. diakses dari <https://www.ussfeed.com/a-brief-history-of-thrifting/>

Lestari, F. A., & Asmarani, R. (2021). *Thrifting Culture during the Covid-19 Pandemic and Its Impact on the Environment*. *E3S Web of Conferences*, 317. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131701006>

Mahardika, B. T. (2020, September 13). Perancangan Sistem Informasi Management Siswa Berprestasi Berbasis Android Pada Smk Pgri Rawalumbu. Volume X. No. 2. September 2020. *Jurnal Sains & Teknologi*. <https://unsada.e-journal.id/jst/article/view/85/70>

Mutiara Auliya (2018, 18 September). 5 *Plugin WordPress Untuk Toko Online Terbaik*. Tulisan pada <https://www.domainsia.com/tips/plugin-wordpress-untuk-toko-online-terbaik/>

Niko Ramadhani (2023, 5 Februari) *Thrift Adalah : Pengertian, Manfaat hingga Tipsnya*. Tulisan pada <https://www.akseleran.co.id/blog/thrift-adalah/>

Nur, H. (2019). Penggunaan Metode *Waterfall* Dalam Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan. *Generation Journal*, 3(1), 1-10. <https://doi.org/10.29407/gj.v3i1.12642>

Prabowo, B. R., Arwani, I., & Prakoso, B. S. (2021). Pengembangan *Website Toko Online Baju Bekas* (Studi Kasus : Toko Gudang Jumat). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(12), 5413–5420. Diambil dari <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/10246>

Ramadhani, F., Rushainy, S.R., Mufit, M.I., Erlangga, F., Fahri, M.Y., & Nst, F. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi sebagai Media Usaha *Thrifting Shop* Berbasis *Website*. *Blend Sains Jurnal Teknik*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:251203446>

Prayitno, A., & Sutrisno, J. (2020). Implementasi *E-Commerce* Menggunakan *Content Management System* (Cms) Pada Toko Thanksgod Dalam Upaya Memperluas Area Pemasaran. *IDEALIS : InDonEsiA Journal Information System*, 3(1), 539-544. <https://doi.org/10.36080/idealis.v3i1.2445>

Ujianti, A., & Triyono, G. (2020). Penerapan *Website E-commerce* Berbasis *Content Management System* (CMS) Untuk Pelayanan Penjualan Pada msfashioners. *IDEALIS : InDonEsiA Journal Information System*, 3(1), 436–442. <https://doi.org/10.36080/idealis.v3i1.2082>

William G. Nickels : Sarasuni, F. (2020, 23 Februari). Proses Penjualan. Diakses dari <http://fadilahsarasuni.blog.unesa.ac.id/proses-penjualan>

Yunitasari Widyamukti & BJunianto Wibowo, E. (2018). Pengaruh Modal Kerja Terhadap Penjualan Dan Laba Perusahaan (Studi Kasus pada Sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI 2011-2014) (Vol. 1, Nomor 1). <https://doi.org/10.24167/jemap.v1i1.1582>