



Rancang Bangun Aplikasi Pemasaran Mobil Bekas Berbasis Website

Andy Kartasasmita¹, Yermias Duha², Ramalia Noratama Putri³

^{1,2,3}Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

e-mail: ¹andy.kartasasmita@student.pelitaindonesia.ac.id ,

²yermias.duha@lecturer.pelitaindonesia.ac.id,

³ramalia.noratamaputri@lecturer.pelitaindonesia.ac.id

Abstrak

Aplikasi pemasaran mobil bekas berbasis website adalah sebuah solusi inovatif yang dirancang untuk memfasilitasi proses jual-beli mobil bekas secara efisien dan praktis. Aplikasi ini bertujuan untuk menyediakan platform yang memungkinkan pemilik mobil bekas untuk memasarkan kendaraan mereka dan calon pembeli untuk menjelajahi dan mencari mobil bekas sesuai dengan preferensi mereka. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur kunci, termasuk pencarian kendaraan berdasarkan merk, model, harga, dan tahun. Selain itu para penjual dapat menggunggah informasi lengkap mengenai mobil bekas dan merk yang ditawarkan termasuk gambar, spesifikasi teknis, dan Riwayat perawatan. Dengan adanya aplikasi pemasaran mobil bekas berbasis website ini, diharapkan dapat mempermudah proses jual-beli mobil bekas, mengurangi hambatan dalam berkomunikasi antara penjual dan pembeli, serta meningkatkan transparansi dalam transaksi. Selain itu, aplikasi ini juga membuka peluang bisnis bagi pihak-pihak yang terlibat dalam industry mobil bekas.

Kata kunci: Mobil, Website, Aplikasi

Abstract

The website-based used car marketing application is an innovative solution designed to facilitate the process of buying and selling used cars efficiently and practically. This application aims to provide a platform that allows used car owners to market their vehicles and potential buyers to explore and search for used cars according to their preferences. The app offers a variety of key features, including vehicle search by make, model, price and year. Apart from that, sellers can upload complete information about used cars and the brands offered including pictures, technical specifications and maintenance history. With this website-based used car marketing application, it is hoped that it can simplify the process of buying and selling used cars, reduce barriers in communication between sellers and buyers, and increase transparency in transactions. Apart from that, this application also opens up business opportunities for parties involved in the used car industry.

Keywords: Car, Website, Application

1. Pendahuluan

Pasar mobil bekas merupakan salah satu segmen yang terus berkembang dalam industri otomotif. Fenomena ini tidak hanya terbatas pada Negara-negara maju, tetapi juga menjadi tren dinegara-negara berkembang. Mobil bekas menawarkan alternatif yang lebih ekonomis bagi banyak konsumen yang ingin memiliki kendaraan pribadi. Dalam konteks ini, pemasaran mobil bekas memiliki peran yang sangat penting dalam memfasilitasi proses jual beli antara penjual dan pembeli.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan internet, platform daring telah menjadi sarana yang sangat efektif untuk pemasaran dan penjualan produk. Namun, dalam industri mobil bekas, platform daring masih belum sepenuhnya dioptimalisasikan. Banyak situs web dan aplikasi pemasaran mobil bekas yang saat ini tersedia masih memiliki berbagai keterbatasan dalam hal fungsionalitas, keamanan, dan kenyamanan pengguna. Oleh karena itu, ada kebutuhan yang mendesak untuk mengembangkan aplikasi pemasaran mobil bekas yang lebih canggih dan efisien.

Perkembangan industri otomotif di Indonesia semakin pesat, ini tecermin dari angka penjualan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS,2020) terdapat jumlah kendaraan bermotor berjenis mobil penumpang pada tahun 2018 mencapai angka 14.830.689 unit, hingga pada tahun 2020 angkah terus meningkat menjadi 15.797.746 unit. Peristiwa ini disebabkan mobil merupakan solusi jangka pendek bagi masyarakat kota karena belum tersedianya transportasi massal yang memadai. Sebagian besar masyarakat menghadapi hambatan untuk membeli mobil baru, karena keterbatasan ekonomi serta harga mobil baru yang terbilang mahal. Sebagai alternatif, adalah membeli mobil bekas. Mobil bekas adalah mobil yang dijual-beli setelah digunakan oleh orang lain [1].

Mobil bekas umumnya lebih murah dibandingkan mobil baru dan dijual melalui showroom atau ditawarkan langsung oleh pemilik melalui social media. Dalam jual-beli mobil bekas, para pengusaha diharapkan mampu merespon kebutuhan dan keinginan calon pembeli dengan memperhatikan perilaku dan kemampuan mereka dalam membeli mobil bekas.

Harga produk menjadi factor yang perlu dipertimbangkan. Dalam permintaan akan mobil bekas, calon pembeli tidak hanya membandingkan factor harga yang lebih murah dari produk baru, tetapi juga memperhatikan minatnya dalam memenuhi kebutuhannya, [2], misalnya factor kualitas produk, merk mobil, dan factor lainnya. Dalam penelitian ini peneliti melakukan survei online dan berdasarkan survei terdapat 53,1% responden sangat setuju serta 28,2% setuju untuk pergi ke showroom jika membeli mobil bekas, serta berdasarkan karakteristik pekerjaan responden, karyawan swasta merupakan jenis pekerjaan yang paling dominan yakni sebanyak 46,9% sedangkan posisi kedua memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri yaitu sebanyak 18,4% dari total responden dari hasil ini peneliti dapat menyimpulkan dari populasi responden dengan profesi pegawai swasta maupun negeri masih mencari mobil bekas, serta mayoritas para calon pembeli mencari mobil bekas pergi ke showroom.

Walaupun sudah berkunjung ke showroom, calon pembeli tetap sering mengalami kebingungan, atau kesulitan dalam memilih mobil bekas, selain itu calon pembeli juga merasa ragu tentang mobil bekas yang ditawarkan oleh karyawan sales showroom hal ini dikarenakan minimnya tingkat pemahaman tentang mobil. Berdasarkan uraian diatas maka solusi untuk mengatasi masalah tersebut diperlukan sebuah aplikasi agar dapat membantu calon pembeli untuk memilih mobil bekas yang direkomendasikan sesuai dengan kriteria yang dipilih. Perusahaan Alam Motor Pekanbaru merupakan salah satu dealer mobil bekas yang beroperasi dipekanbaru selama beberapa tahun terakhir.

Dengan fokus pada penjualan mobil bekas, perusahaan ini memiliki reputasi yang baik di kalangan konsumen local. Pekanbaru sebagai pusat bisnis dan perdagangan di Riau menjadi lokasi strategis untuk bisnis otomotif. Perusahaan Alam Motor Pekanbaru telah membangun hubungan yang kuat dengan para pelanggan, namun dalam menghadapi perkembangan teknologi dan tren bisnis terkini, perusahaan ini dihadapkan dengan tantangan dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam proses pemasaran mobil bekas yaitu keterbatasan jangkauan pasar dimana perusahaan alam motor kesulitan dalam mencapai calon pembeli yang

berpotensi di luar perusahaan kemudian masalah yang dihadapi oleh perusahaan Alam Motor Pekanbaru dalam memasarkan mobil bekas adalah keterbatasan waktu operasional dengan model bisnis yang masih tradisional perusahaan mungkin hanya dapat melakukan pemasaran selama jam operasional dan yang menjadi permasalahan utama yang dihadapi oleh perusahaan adalah kurangnya inovasi dalam pemasaran. Pemasaran mobil bekas secara konvensional yang kurang inovatif dan tidak memanfaatkan sepenuhnya potensi media digital.

Hal ini dapat mengakibatkan ketidakmampuan perusahaan dalam menjangkau calon pembeli yang lebih muda dan terkoneksi secara digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah aplikasi pemasaran mobil bekas berbasis website yang memenuhi kebutuhan pengguna dan mampu mengatasi keterbatasan yang ada di dalam platform pemasaran mobil bekas saat ini. Dengan demikian, aplikasi ini diharapkan dapat menjadi solusi yang lebih efektif dan efisien bagi penjual dan pembeli mobil bekas.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Sistem Informasi

Dilansir dari buku berjudul “Pengantar Sistem Informasi” [3] yang telah di baca peneliti dapat disimpulkan bahwa, sistem adalah beberapa kumpulan komponen terstruktur yang saling berkaitan untuk mencapai suatu tujuan dengan melewati beberapa tahapan. Sistem memiliki beberapa ciri ataupun karakteristik seperti komponen sistem, batasan sistem, lingkungan luar sistem, penghubung sistem, masukan sistem, keluaran sistem, pengolahan sistem, dan sasaran sistem atau yang sering disebut dengan 8 karakteristik.

Sedangkan informasi adalah data yang telah diproses menjadi fungsi dan berarti untuk penerimanya, mengurangi ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan mengenai sebuah kondisi. Sistem Informasi adalah suatu kombinasi terstruktur dari orang-orang, perangkat keras, perangkat lunak, jaringan komunikasi, dan sumber data yang mengumpulkan, mengubah, dan menyebarkan informasi dalam suatu organisasi.

2. Karakteristik Sistem

Menurut [4] dengan buku berjudul “Konsep Sistem Informasi” agar sistem itu dikatakan sistem yang baik memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. Komponen

Suatu sistem terdiri dari beberapa komponen yang saling berhubungan, saling bekerja sama membangun satu kesatuan. Komponen sistem berasal dari komponen berupa subsistem atau bagian-bagian dari sistem.

2. Batasan Sistem

Batasan sistem adalah wilayah yang membatasi antara suatu sistem dengan sistem lainnya dengan lingkungan dari luar. Batasan sistem memungkinkan sistem dipahami sebagai suatu kesatuan. Batasan sistem menunjukkan ruang lingkup dari sistem tersebut.

3. Lingkungan Luar Sistem (Environment)

Lingkungan luar sistem berasal dari luar batas dari sistem yang dapat mempengaruhi operasi sistem.

4. Penghubung Sistem (Interface)

Penghubung sistem merupakan media penghubung antara satu subsistem dan lainnya. Dengan penghubung ini, bias saja sumber daya mengalir dari subsistem ke subsistem lain.

5. Masukan Sistem (Input)

Masukan adalah energi yang dimasukkan kedalam sebuah sistem, yang dapat merupakan perawatan dan masukan sinyal.

6. Keluaran Sistem (Output)

Keluaran sistem adalah hasil energi yang diproses dan dikelompokkan menjadi keluaran yang bermanfaat dan sisa pembuangan.

7. Sasaran Sistem

Suatu sistem harus memiliki tujuan dan sasaran. Sasaran dari sistem dapat menentukan input yang dibutuhkan sistem serta keluaran yang akan dihasilkan sistem.

3. Pemasaran

Pemasaran (marketing) merupakan salah satu instrument terpenting dalam dunia bisnis untuk mencapai target pasar. Pemasaran juga merupakan kunci dari kesuksesan bisnis di era millennium ini. Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa kesuksesan bisnis sebuah perusahaan tergantung pada implementasi strategi pemasarannya. Dan kini pemasaran dianggap sebagai alat pemenuhan kepuasan konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Keller yang di terjemahkan oleh Benyamin Molan, Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan untuk mengejar tujuan perusahaannya. (Kotler, 2002) [5].

4. Website

Dilansir dari buku berjudul “Web Programming” karya [6] pemrograman web adalah pembuatan aplikasi program dengan bahasa skrip yang akan menghasilkan sebuah aplikasi yang diakses pada web browser. dalam mempelajari pemrograman web, perlu diketahui beberapa pemahaman bahasa skrip yang dibutuhkan dalam pembuatan 1 halaman website yaitu: HTML, PHP, CSS, dan JavaScript.

5. Hyper Text Markup Language

Hyper Text Markup Language adalah bahasa pemrograman yang berguna untuk menampilkan sebuah website. Pengembangannya dilakukan oleh banyak orang di banyak negara dan HTML ini merupakan sebuah bahasa yang dikembangkan secara bersama-sama secara global. Dokumen HTML adalah dokumen teks yang dapat diedit oleh editor teks apapun. Dan disimpan dengan file extension .html. dokumen HTML punya beberapa elemen yang dikelilingi oleh tag-text yang dimulai dengan simbol “<” dan berakhir dengan sebuah simbol “>”[7].

6. Database

Database atau basis data adalah beberapa informasi yang disimpan di komputer secara sistematis sehingga dapat diperiksa menggunakan program komputer untuk mendapatkan informasi dari basis data. Database digunakan untuk menyimpan informasi atau data yang terhubung dengan baik didalam komputer [8].

7. MySQL

MySQL adalah sebuah perangkat lunak sistem manajemen bisnis data SQL (bahasa Inggris: database management system) atau DBMS. Tidak seperti apache yang merupakan software yang dikembangkan oleh komunitas umum, dan hak cipta untuk kode sumber dimiliki oleh penulisnya masing-masing. MySQL dimiliki dan disponsori oleh sebuah perusahaan komersial Swedia yaitu MySQL AB, MySQL AB memegang penuh hak cipta hampir atas semua kode sumbernya [9].

8. Pemrograman PHP

PHP merupakan sebuah bahasa pemrograman dimana seluruh kode yang akan dijalankan tersebut terletak pada sebuah web server. Dengan menggunakan installer XAMPP, maka kita sudah memiliki salah satu server yang banyak digunakan yaitu adalah apache. Untuk itu dalam pembuatan/penempatan file pun di perlukan sebuah struktur yang tepat [10].

9. Mobil Bekas

Kendaraan mobil bekas merupakan salah satu alat transportasi yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat karena mobil dapat menampung banyak orang dan juga cocok digunakan untuk bepergian jauh karena akan terhindar dari panas sinar matahari dan hujan. Mobil merupakan salah satu kebutuhan primer, ini berlaku untuk masyarakat ekonomi kelas atas. Dimana mobil sekarang bukanlah barang langka, dan bagi kaum yang memiliki uang berlebih merupakan sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi karena fungsi dari mobil sangatlah bermanfaat [11].

10. Unified Modeling Language

UML (Unified Modeling Language) adalah sebuah bahasa yang berdasarkan grafik/gambar untuk memvisualisasikan, memspesifikasikan, membangun, dan pendokumentasian dari sebuah sistem pengembangan software berbasis OO (Object-Oriented). UML sendiri juga memberikan standar penulisan sebuah sistem blueprint, yang meliputi konsep

bisnis proses, penulisan kelas-kelas dalam bahasa program yang spesifik, skema database, dan komponen-komponen yang diperlukan dalam sistem software [12].

11. Use Case Diagram

Use Case Diagram mengilustrasikan kegunaan dari sebuah sistem yang diutamakan adalah “apa” yang diperbuat sistem dan bukan “bagaimana”. Use Case menyediakan interaksi antara actor dan sistem [13].

12. Class Diagram

Class diagram adalah sebuah spesifikasi yang jika diinstansikan akan menampilkan sebuah objek dan berupa inti dari pengembangan dan desain yang berorientasi objek. Class menggambarkan keadaan atribut suatu sistem sekaligus menjadi layanan untuk mengubah kondisi tersebut. Class diagram menggambarkan struktur dan deskripsi, paket dan objek serta hubungan satu dengan lainnya [14].

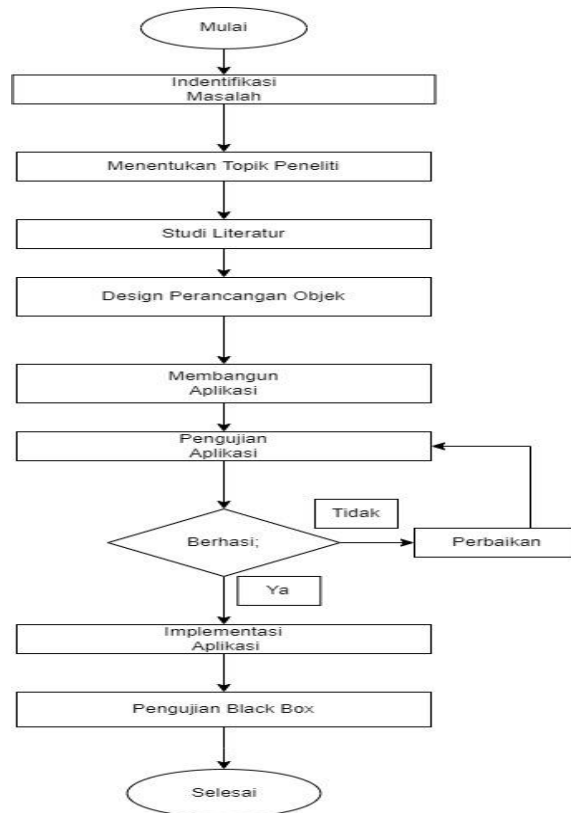
13. Activity Diagram

Activity diagram biasanya memiliki sifat dinamis. Diagram ini merupakan diagram tipe spesifik dari sebuah diagram state yang menunjukkan aliran dari suatu aktivitas ke aktivitas lainnya pada sistem [15].

2. Metode Penelitian

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian adalah sebuah struktur yang digunakan sebagai landasan untuk pendekatan dalam menyelesaikan masalah penelitian. Biasanya, kerangka penelitian disajikan secara visual melalui diagram atau gambar untuk memberikan gambaran tentang elemen-elemen yang terlibat dalam penelitian dan interaksinya. Seperti yang terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Penjelasan dari gambar 3.1 adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah.

Pada tahap awal, peneliti melakukan identifikasi masalah yang terjadi pada Showroom Alam Motor Pekanbaru melalui studi literatur, observasi, dan wawancara dengan berbagai pihak terkait seperti karyawan bengkel. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis untuk mengidentifikasi pola atau masalah yang konsisten, dengan tujuan menentukan masalah utama yang relevan, signifikan, dan membutuhkan solusi di lingkungan sekolah yang diteliti.

2. Menentukan Topik Peneliti

Topik penelitian didapatkan berdasarkan indentifikasi masalah yang didapat dilapangan ketika mewawancarai petugas *showroom* yaitu kurangnya interaktif antara penjual dan pembeli jika menggunakan metode pemasaran konvensional.

3. Studi Literatur

Melakukan studi literatur dengan cara mencari dan mempelajari artikel-artikel, buku, majalah yang berkaitan dengan penilitan ini.

4. Desain Objek dan Perancangan Aplikasi

Pada tahapan ini hal yang perlu dilakukan adalah menentukan kebutuhan yang diperlukan dalam pembuatan aplikasi seperti spesifikasi software dan hardware. Design perancangan website mobil menggunakan *visual studio code* dengan melakukan desain logo aplikasi, halaman utama dan objek mobil bekas dengan cara mendesain template tampilan browser. dalam merancang aplikasi membutuhkan *software* seperti *visual studio code*, *Google Chrome*, dan *PHP My Admin*.

5. Pengujian Aplikasi

Setelah aplikasi selesai di rancang selanjutnya aplikasi akan di uji terlebih dahulu mulai dari pengujian tampilan, pengujian fungsi tombol – tombol, pengujian objek muncul atau tidak, dan pengujian apakah aplikasi dapat dijalankan dengan baik atau terdapat gangguan, jika masih ditemukan *bug* maka tahapan akan kembali ke tahap perancangan aplikasi. Jika tidak ditemukan *bug* maka tahapan akan dilanjutkan ke tahap implementasi aplikasi.

6. Implementasi Aplikasi

Pada tahapan ini aplikasi ini dianalisis dalam tahapan hasil dan pembahasan data pengguna aplikasi, tanggapan dari pengguna, *feedback* dari *dealer* digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana aplikasi ini dapat digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Dalam perbandingan dengan strategi pemasaran konvensional, ditemukan kelebihan dan kekurangan implementasi aplikasi pemasaran mobil bekas berbasis website, serta dampak positif yang dihasilkan pada peningkatan pemasaran mobil bekas.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data adalah metode yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk dapat mengumpulkan data dan informasi yang nantinya akan berguna sebagai fakta pendukung dalam memaparkan penelitiannya. Berikut adalah hasil pengumpulan data yang dilakukan.

1. Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung di lokasi tepatnya pada Showroom Alam Motor yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta Pekanbaru.

2. Wawancara

Wawancara dilaksanakan dengan proses tanya jawab secara langsung dengan Pemilik Showroom Alam Motor Pekanbaru.

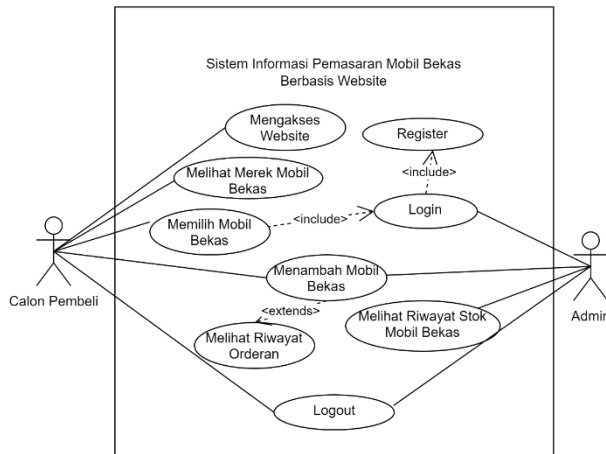
3. Studi Pustaka

Melakukan literasi jurnal-jurnal yang berhubungan dengan perancangan sistem yang akan dibuat kedepannya.

3. Hasil dan Pembahasan

Rancangan Use Case

Use Case Diagram dibawah ini menggambarkan aktivitas dari sistem Dimulai dari interaksi Calon pembeli dan Admin tertera gambar 2.



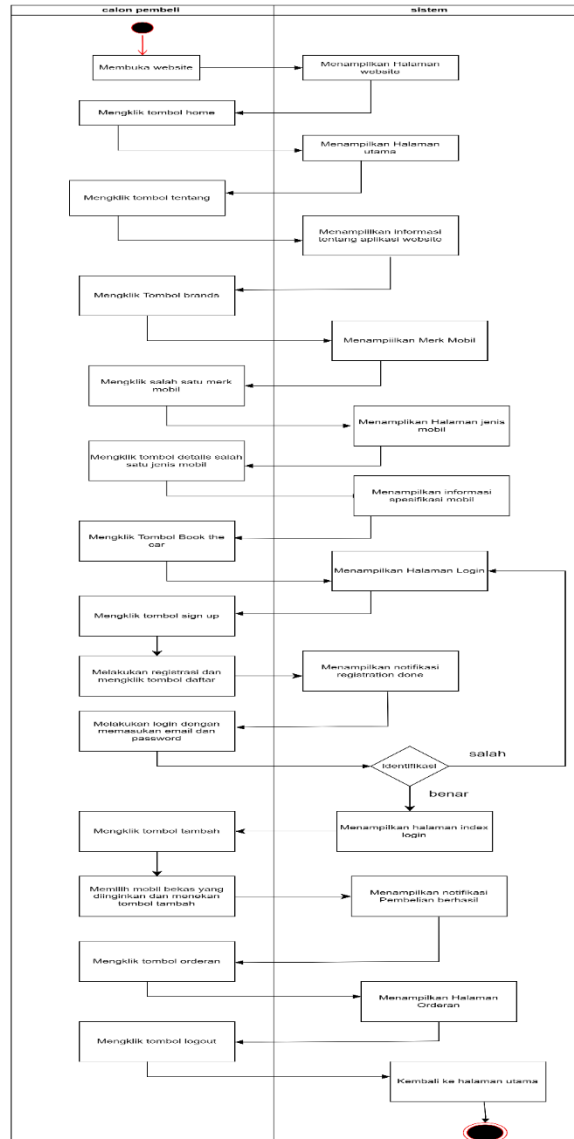
Gambar 2. Rancangan Use Case Diagram

Pada Use Case Diagram ini, calon pembeli dan admin dapat melakukan login dimana calon pembeli apabila belum ada akun maka calon pembeli bisa melakukan register untuk mendapatkan akun. Calon pembeli bisa melihat merk mobil bekas dengan menekan tombol brand dan kemudian bisa memilih mobil bekas yang diinginkan. Untuk admin bisa melakukan penambahan stok mobil bekas apabila stok mobil bekas sudah habis dengan menekan tombol tambah mobil. Calon pembeli bisa melihat riwayat orderan mobil bekas yang telah dipilih dan admin juga bisa melihat riwayat penambahan stok mobil bekas. Calon pembeli dan admin juga bisa melakukan logout untuk keluar dari website.

Rancangan Acitivity Diagram

1. Activity Diagram Calon Pembeli

Activity diagram admin dibawah ini menggambarkan aktivitas bagaimana proses calon pembelik melakukan penambahan mobil bekas. Dapat dilihat pada gambar 3 di bawah ini.

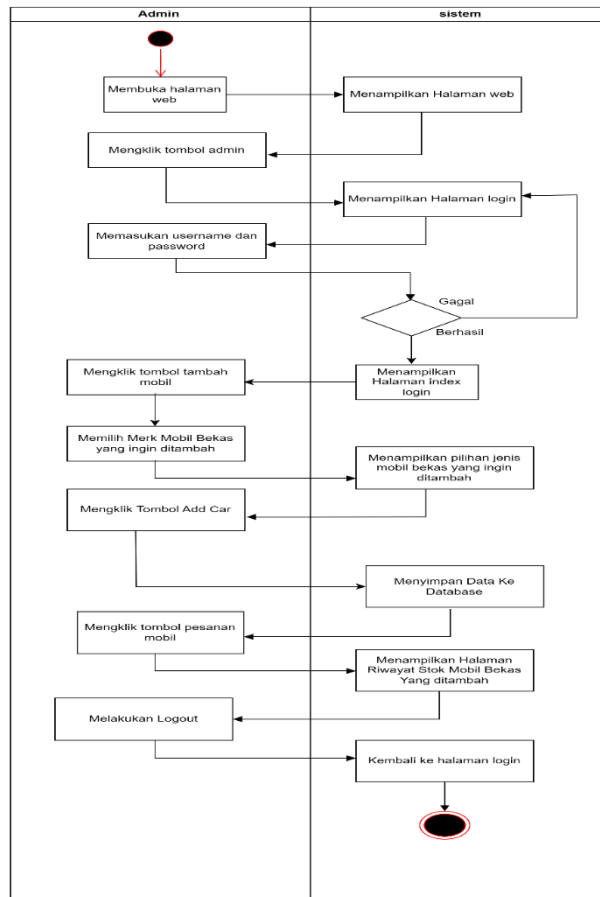


Gambar 3. Activity Diagram Calon Pembeli

Pertama, calon pembeli membuka aplikasi dan diarahkan ke halaman login pada website. Selanjutnya, calon pembeli memasukkan username dan password untuk mengakses website. Di halaman website tersebut, calon pembeli dapat menambahkan mobil bekas dan dapat melihat riwayat orderan mobil bekas yang sudah ditambah. Setelah selesai menggunakan website, calon pembeli dapat logout.

2. Activity Diagram Admin

Activity diagram admin dibawah ini menggambarkan aktivitas bagaimana proses admin melakukan penambahan dan melihat riwayat pesan stok mobil bekas. Dapat dilihat pada gambar 4 dibawah ini.



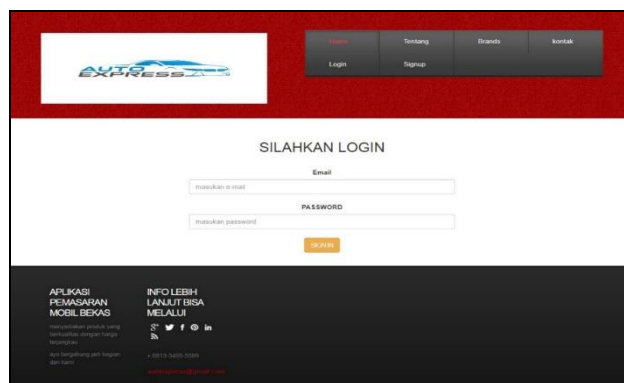
Gambar 4. Activity Diagram Admin

Pertama, admin membuka aplikasi dan diarahkan ke halaman login pada website. Kemudian, admin memasukkan username dan password. Setelah masuk kedalam halaman website admin bisa melakukan penambahan stok mobil bekas yang sudah habis dan melihat riwayat pesanan stok mobil bekas yang sudah ditambah Setelah selesai menggunakan website, admin dapat logout.

Implementasi Sistem

1. Halaman Form Login

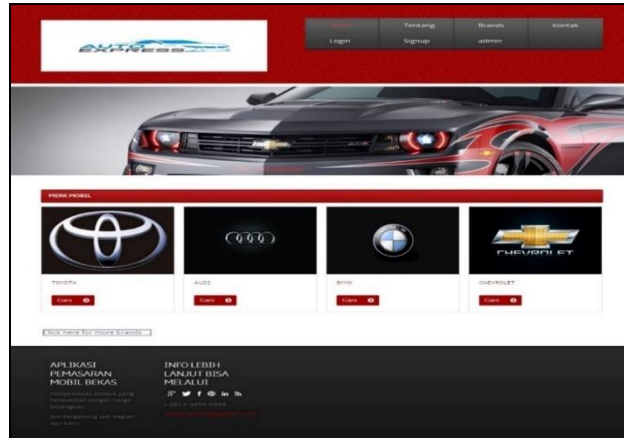
Halaman Form Login merupakan tempat untuk login atau masuk ke sistem dengan username dan password dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Halaman Form Login

2. Halaman Tampilan Home

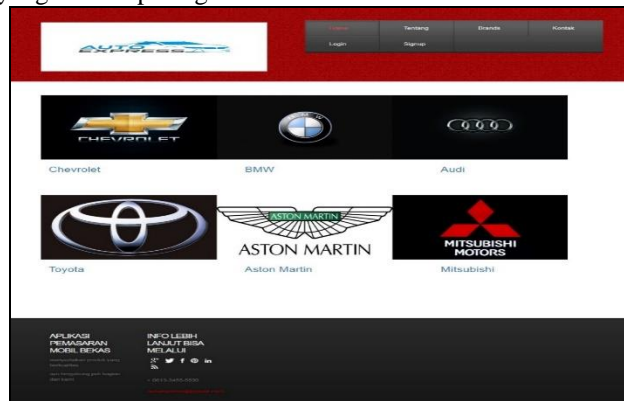
Halaman Tampilan Utama merupakan halaman awal pada saat mengakses website terlihat pada gambar 6.



Gambar 6. Tampilan Home

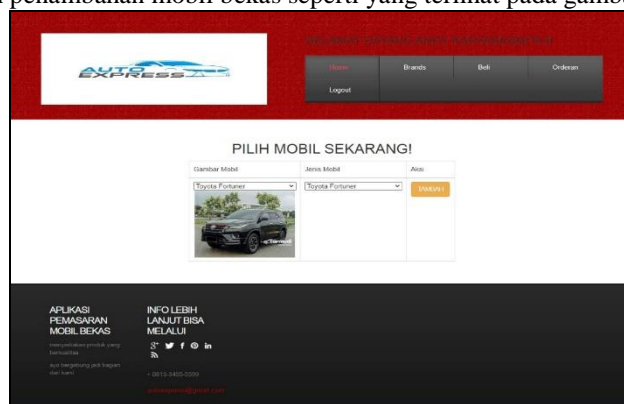
3. Halaman Brand

Halaman brand adalah halaman untuk rangkuman tentang merk mobil bekas berikut adalah tampilan halaman brand seperti yang terlihat pada gambar 7.



Gambar 7. Tampilan Halaman Brand

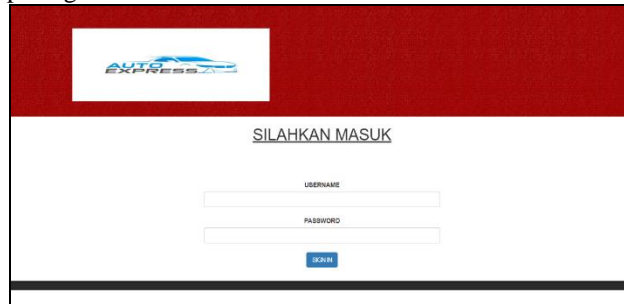
berikut adalah halaman penambahan mobil bekas seperti yang terlihat pada gambar 8



Gambar 8. Tampilan Halaman Tambah Mobil

4. Halaman Login Admin

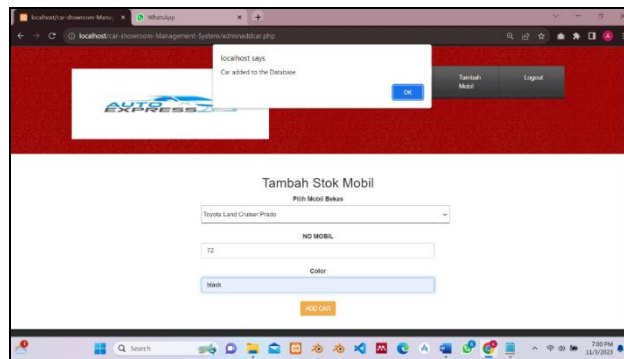
Halaman login admin adalah halaman untuk menampilkan username dan password untuk masuk ke halaman admin terlihat pada gambar 9.



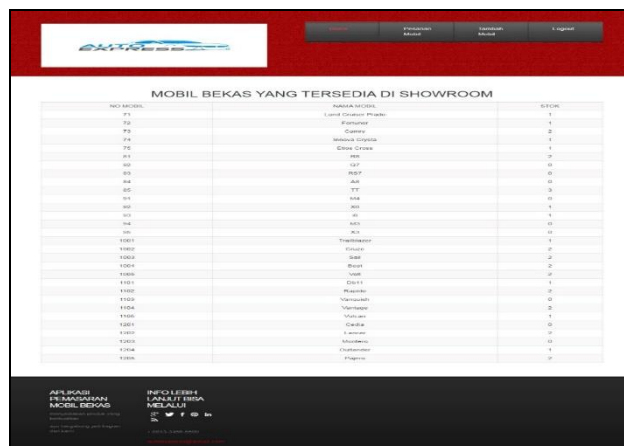
Gambar 9. Halaman Login Admin

5. Halaman Tambah Stok Mobil dan Riwayat Pesanan Stok Mobil

Halaman tambah stok mobil adalah halaman yang dilakukan oleh admin untuk menambah stok mobil bekas dan admin bisa melihat riwayat pesanan mobil bekas yang sudah ditambah terlihat pada gambar 10 dan 11



Gambar 10. Halaman Tambah Stok Mobil



Gambar 11. Halaman Riwayat Stok Mobil

Pengujian Black Box

Pengujian dilakukan dengan black box, pengujian yang tertera dapat dilihat pada tabel 1 dan tabel 2

Tabel 1 : Pengujian Metode Balckbox Calon Pembeli

Skenario Pengujian	Kasus Pengujian	Hasil Pengujian	Kesimpulan
Mengklik tombol home	Menampilkan Menu utama	Menu utama ditampilkan	Berhasil
Mengklik tombol login	Menampilkan halaman login	Halaman login ditampilkan	Berhasil
Masuk Halaman Login	Memasukan username & password	Calon pembeli bisa masuk ke halaman index login	Berhasil
Mengklik tombol beli	Menampilkan halaman pembelian	Halaman pembelian ditampilkan	Berhasil
Mengklik tombol tambah	Menambah Mobil bekas yang dipilih	Mobil bekas berhasil dipilih	Berhasil
Mengklik tombol order	Menampilkan riwayat penambahan mobil	Riwayat penambahan mobil ditampilkan	Berhasil
Mengklik tombol logout	Mengeluarkan calon pembeli dari website	Calon pembeli keluar dari website	Berhasil
Mengklik tombol brand	Menampilkan merk mobil bekas	Merk mobil bekas ditampilkan	Berhasil
Mengklik tombol detail	Menampilkan informasi mobil bekas yang dipilih	Informasi mobil bekas ditampilkan	Berhasil
Mengklik tombol sign up	Menampilkan halaman pendaftaran	Halaman pendaftaran ditampilkan	Berhasil
Mengklik tombol kontak	Menampilkan halaman kontak	Halaman kontak ditampilkan	Berhasil

Tabel 2: Pengujian Metode Balckbox Admin

Skenario Pengujian	Kasus Pengujian	Hasil Pengujian	Kesimpulan
Mengklik tombol login	Menampilkan halaman login admin	Halaman login admin ditampilkan	Berhasil
Mengklik tombol sign in	Memasukan username dan password kemudian masuk ke halaman admin	Halaman admin ditampilkan	Berhasil
Mengklik tombol tambah mobil	Menambah stok mobil	Stok mobil bertambah	Berhasil

Mengklik tombol pesanan mobil	Menampilkan halaman riwayat stok mobil yang sudah ditambah	Halaman riwayat stok mobil ditampilkan	Berhasil
Mengklik tombol logout	Mengeluarkan admin dari website	Admin keluar dari website dan kembali ke halaman login	Berhasil

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan dilakukan analisa maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa dengan adanya sistem ini dapat mempermudah calon pembeli mobil yang ingin melakukan pembelian mobil bekas tanpa harus pergi ke tempat showroom. Aplikasi yang telah dibangun mampu menghasilkan informasi tentang mobil bekas yang diinginkan oleh calon pembeli. Penulis berharap kepada peneliti selanjutnya yang meneliti masalah yang sama untuk dapat mengembangkan sistem yang telah dibuat saat ini.

Daftar Pustaka

- [1] F. F. H. Hadi and G. Gushelmi, "Sistem Pengambilan Keputusan Pemilihan Siswa Yang Berhak Mendapatkan Beasiswa Miskin Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp)," *J. Teknol. Dan Sist. Inf. Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 157–166, 2021, doi: 10.47233/jteksis.v3i1.173.
- [2] Purbohastuti, "19410100012-2023-UNIVERSITASDINAMIKA," *J. Tek.*, vol. 87, no. 1,2, pp. 149–200, 2021, [Online]. Available: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C%20LUCINEIA%20CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proees>
- [3] E. Y. Anggraeni and R. Irviani, "Pengantar Sistem Informasi, Yogyakarta: CV," *Andi Offset*, 2017.
- [4] J. Hutahaean, *Konsep sistem informasi*. Deepublish, 2015.
- [5] A. J. Zebua, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Shopie," *J. Ilm. Univ. Batanghari Jambi*, vol. 18, no. 2, pp. 222–229, 2018.
- [6] A. O. Sari, A. Abdilah, and Sunarti, *Buku Web Programming*. 2019.
- [7] G. Mulia, X. Najooan, and A. Lumenta, "Analisa Teknologi Hyper Text Markup Language (HTML) Versi 5," *J. Tek. Inform.*, pp. 1–6, 2022.
- [8] R. Tan and M. C. Wijanto, *Pemrograman Web dengan PHP*. Robby Tan, 2018.
- [9] E. Usada, Y. Yuniarsyah, and N. Rifani, "Rancang Bangun Sistem Informasi Jadwal Perkuliahan Berbasis Jquery Mobile Dengan Menggunakan PHP Dan MySQL," *J. INFOTEL - Inform. Telekomun. Elektron.*, vol. 4, no. 2, p. 40, 2012, doi: 10.20895/infotel.v4i2.107.
- [10] A. K. Widigdo, "Dasar Pemrograman PHP dan MySQL," *Kuliah Umum IlmuKomputer*, pp. 1–29, 2003, [Online]. Available: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/32873172/Dasar_Pemrograman_PHP_MySQL-libre.pdf?1391020191=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DKuliah_TI_Dasar_Pemograman_PHP_and_MySQL.pdf&Expires=1689766458&Signature=cQDWGeUaoYGR9wKT4Ff-5IMQGY08nCBH
- [11] I. Setiadi, P. S. Informatika, and M. Bekas, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Mobil Bekas," vol. 3, no. 3, pp. 247–257, 2019.
- [12] S. Dharwiyanti and R. S. Wahono, "Pengantar Unified Modeling Language (UML)," *IlmuKomputer.com*, pp. 1–13, 2003.
- [13] T. A. Kurniawan, "Pemodelan Use Case (UML): Evaluasi Terhadap beberapa Kesalahan dalam Praktik," *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 5, no. 1, pp. 77–86, 2018, doi: 10.25126/jtiik.201851610.
- [14] I.-36125-1-S. (1). pd. Widyastuti and R. Roestam, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Mobil Bekas Dengan Metode Analytical Hierarchy Process Pada CV. Icha Mobilindo," *J. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 7, no. 4, pp. 599–611, 2022, doi: 10.33998/jurnalmsi.2022.7.4.686.

- [15] M. D. Yuniartika, "Pengertian Activity Diagram," *γ787*, no. 8.5.2017, pp. 2003–2005, 2022.