
PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN MOBIL BEKAS BERBASIS *WEBSITE* PADA *SHOWROOM* WULANDARI

M. Zaenal Mutaqin M,Kom.¹, Imam Yunianto, S.Kom, MM, M,Kom.², Ardi Aziz
Prawisesa³

^{1,2,3} Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Bekasi Karawang, zaenal@ibm.ac.id,
imam@ibm.ac.id, Ardiaziz69375@gmail.com

ABSTRAK

Website merupakan sebuah halaman elektronik yang bisa diakses informasinya kapanpun dan dimanapun lokasinya tergantung dari akses internet pengguna dari sistem tersebut. Dengan memanfaatkan *web* tersebut, banyak hal yang bisa diciptakan dan dikembangkan dalam dunia jual beli. Penjualan yang bisa diterapkan salah satu contohnya adalah sistem informasi promosi penjualan mobil bekas dikota batam. Jika pemilik jual mobil bekas sudah memiliki sistem informasi berbaasis *web* maka akan dengan mudah penjual sekaligus pengelola dalam melakukan penjualan produknya. Tujuan sistem informasi ini adalah untuk membantu masyarakat mencari informasi penjualan mobil bekas di kota batam melalui media internet dengan menggunakan dan media elektronik lainnya. sistem informasi berbasis *web* pada *Showroom* Wulandari adalah sebuah jasa yang diperuntukkan untuk masyarakat atau pengguna. Penulis mengembangkan Sistem Informasi Penjualan Mobil Bekas Berbasis *Web* Pada *Showroom* Wulandari ini sering juga disebut model sekuensial linier (*sequential linear*) atau alur hidup klasik (*classic life cycle*). *Web* dikembangkan dengan menggunakan bahasa PHP, sedangkan untuk testing menggunakan *Black Box testing*, dan perancangan desain antarmuka menggunakan *UML*. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan penjualan mobil adalah sebuah layanan informasi *online* berbasis *web* yang membantu orang atau masyarakat yang ingin menemukan penjualan mobil.

Kata Kunci: Jual beli, *Black Box*, Sistem informasi, Mobil bekas, *Website*

ABSTRACT

A website is an electronic page that can be accessed anytime and anywhere, depending on the user's internet access to the system. By utilizing the web, many things can be created and developed in the world of buying and selling. One example of sales that can be implemented is a sales promotion information system for used cars in the city of Batam. If the owner of a used car dealership already has a web-based information system, it will be easier for the seller and manager to conduct product sales. The purpose of this information system is to help the public find information about used car sales in Batam City through the internet and other electronic media. The web-based information system at Wulandari Showroom is a service intended for the public or users. The author developed this Web-Based Used Car Sales Information System at Wulandari Showroom, which is also often referred to as the sequential linear model or classic life cycle. The website was developed using PHP, while testing was conducted using whitebox testing, and the interface design was created using UML. Based on the research findings, it can be concluded that car sales are an online web-based information service that helps individuals or the public who wish to find car sales.

Keywords: *Buying and selling, Black Box, Information system, Used cars, Website*

Naskah diterima : 10 Februari 2026, Naskah dipublikasikan : 24 Februari 2026

PENDAHULUAN

Jumlah orang yang menggunakan internet melalui *smartphone* menunjukkan betapa pentingnya internet di era teknologi saat ini. Internet saat ini tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, tetapi juga banyak digunakan untuk mempromosikan dan menjual produk tertentu. Pengguna *smartphone* saat ini lebih cenderung menggunakannya untuk berbagai tujuan, seperti hiburan, informasi sosial, dan bisnis. Karena internet berfungsi sebagai media untuk menghubungkan pengirim dan penerima, bisnis dapat menggunakannya untuk melakukan banyak hal. Selama proses promosi, pemanfaatan dapat dilihat sampai terjadi pertukaran dua arah antara pihak yang satu dengan pihak kedua yang saling membutuhkan. Dalam dunia bisnis, transaksi kini dilakukan secara konvensional maupun elektronik. Media promosi yang umum digunakan antara lain situs seperti Bukalapak, Shopee, dan OLX. Masyarakat semakin memanfaatkan internet, sering kali tanpa disadari. Website memungkinkan pengguna mengakses informasi kapan saja dan di mana saja, tergantung pada koneksi internet. Dalam industri jual beli, website menjadi alat penting untuk mengembangkan dan memasarkan produk. Penjual kini lebih memilih media elektronik untuk menjangkau konsumen dan membangun hubungan baik dengan pelanggan (Duan et al., 2017).

Showroom Wulandari adalah Jasa Penjualan berbagai Kendaraan bekas. *Showroom* Wulandari ini masih menggunakan cara manual untuk memasarkan kendaraan bekas yang akan dijual. Dengan cara manual ini membuat *owner* ini kesulitan dalam penjualan. Setelah diketahui bahwa perkembangan internet sebagai media promosi dan informasi terus berkembang pesat. Hal ini menuntut proses adaptasi yang cepat dalam bidang strategi pemasaran di Internet (Mardika et al., 2024).

Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan aplikasi *gallery* mobil bekas berbasis yang dirancang khusus untuk *Showroom* Wulandari Mobil. Dalam pengembangan aplikasi ini digunakan metode penelitian yaitu metode *Bootstraps*. Dengan adanya aplikasi *gallery* mobil bekas berbasis *web* memungkinkan *Showroom* Wulandari menjangkau *audiens* yang lebih luas dan meningkatkan visibilitasnya secara *online*. Selain itu, ini juga memberikan keuntungan terkait inventarisasi mobil bekas, karena penawaran kendaraan dapat diperbarui dan dikelola dengan cepat dan efisien (Istika & Handayanto, 2023).

Fungsi utama ini adalah untuk memperluas dan meningkatkan penjualan mobil bekas tanpa batasan waktu dan tempat. Masyarakat relatif lebih mudah dan menghemat waktu untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai spesifikasi jenis dan merk mobil bekas secara mendetail dengan hanya melakukan penelusuran (Siahaan & Lim, 2024). *Showroom* Wulandari menghadapi kendala dalam pengembangan usaha, terutama karena promosi kendaraan bekas yang kurang optimal dan popularitas *showroom* yang masih rendah. Akibatnya, minat konsumen terbatas dan potensi pasar belum tergarap maksimal. Selain itu, belum adanya sistem informasi penjualan menyebabkan pengelolaan data dan promosi kurang efisien.

Penelitian ini bertujuan merancang sistem informasi penjualan mobil bekas berbasis web sebagai media promosi yang lebih efektif. Sistem ini diharapkan dapat meningkatkan brand awareness melalui penyajian informasi kendaraan yang jelas dan terbuka, mempercepat transaksi, membangun kepercayaan dengan transparansi identitas *showroom* dan katalog produk *online*, serta memperluas jangkauan pasar.

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem informasi kini memegang peranan krusial seiring pesatnya perkembangan teknologi. Secara teknis, sistem ini terdiri atas kumpulan komponen yang saling terintegrasi untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi. Tujuannya adalah mendukung pengambilan keputusan serta pengendalian operasional dalam suatu organisasi atau

perusahaan. Di lingkungan korporasi, penerapan sistem informasi sering difokuskan pada pengelolaan data pegawai dan karyawan, sekaligus penyusunan laporan sebagai elemen utama yang memerlukan perhatian khusus (Rahmawati, 2024).

Secara fungsional, sistem informasi berperan sebagai sarana teknologi untuk pencatatan, penyimpanan, dan distribusi informasi yang relevan dalam mendukung proses pengambilan keputusan. Dari sudut pandang struktural, sistem ini terdiri atas lima elemen utama manusia, prosedur, data, model, dan perangkat teknologi yang saling bekerjasama untuk mencapai berbagai tujuan organisasi atau perusahaan (Rahmawati, 2024).

Dalam operasionalnya, sistem informasi menjalankan tiga tahap aktivitas:

1. Input: pemasukan data mentah oleh pengguna ke dalam sistem.
2. Proses: tahap pemindahan, manipulasi, dan analisis data mentah sehingga berubah menjadi informasi yang lebih bermakna.
3. Output: penyaluran hasil pengolahan informasi kepada pengguna akhir, sehingga siap digunakan untuk kebutuhan bisnis atau pengambilan keputusan.

Penjualan adalah proses transaksi antara dua pihak atau lebih yang melibatkan penggunaan alat pembayaran resmi; semakin tinggi volume transaksi, semakin besar pula pendapatan yang diperoleh perusahaan. Di Showroom Wulandari, penerapan sistem informasi promosi penjualan mobil bekas berbasis web akan sangat memudahkan penjual maupun pengelola dalam memasarkan kendaraannya. Melalui halaman web tersebut, model dan tipe mobil yang tersedia akan ditampilkan secara real time, sehingga calon pembeli tidak perlu lagi mengeluarkan banyak waktu, biaya, dan tenaga untuk mencari unit mobil bekas yang diinginkan. Selama ini, kendala utama yang kerap muncul antara pemilik dan konsumen adalah kurangnya informasi yang akurat dan lengkap (Wibowo, 2018).

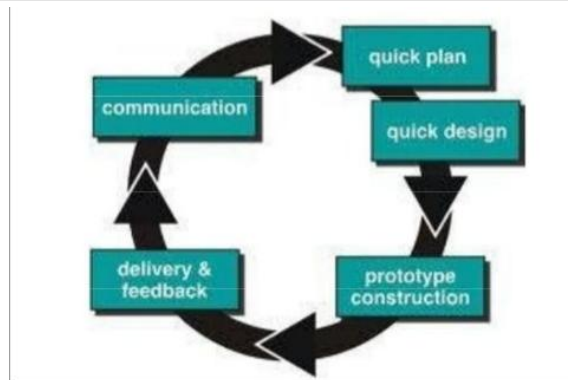
Manajemen mencakup serangkaian kegiatan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan sumber daya, dengan tujuan mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Untuk memastikan tercapainya sasaran tersebut, perusahaan wajib memantau serta mengendalikan setiap aktivitas yang dilaksanakan oleh individu atau tim yang memiliki wewenang, tugas, dan tanggung jawab spesifik. Peran manajemen sangat krusial karena fungsinya mulai dari perencanaan hingga pengendalian berfungsi sebagai kerangka kerja bagi para manajer dalam merancang dan melaksanakan kegiatan yang terarah demi pencapaian tujuan organisasi (Mardika et al., 2024).

Internet adalah kumpulan perangkat komputer yang saling terhubung dalam suatu jaringan, memungkinkan pertukaran data dan informasi secara real time. Melalui koneksi tersebut, pengguna dapat mengakses berbagai sumber data dari mana saja dan kapan saja sesuai kebutuhan (Nur, 2019). Dengan pembuatan suatu aplikasi berbasis komputerisasi dapat mengurangi terjadinya kesalahan-kesalahan pada sistem penjualan (Erawati, 2019).

METODE PENELITIAN

Prototype adalah versi awal atau purwarupa dari sebuah produk atau sistem yang dirancang untuk keperluan pengujian, evaluasi, dan pengumpulan umpan balik sebelum memasuki tahap implementasi penuh atau produksi massal (Zaenal Mutaqin & Malik Mutoffar, 2024).

Secara utama, tujuan pembuatan prototype adalah untuk mendeteksi potensi kendala, menyempurnakan rancangan, dan memverifikasi bahwa produk atau sistem yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan serta harapan pengguna. Dalam siklus pengembangan, purwarupa berperan krusial dalam meminimalkan risiko, menekan biaya, dan menghemat waktu. Melalui fase iterasi pada prototype, tim pengembang dapat melakukan penyesuaian berdasarkan masukan dari pengguna atau pemangku kepentingan sebelum melangkah ke tahap produksi yang memerlukan sumber daya lebih besar. Selain dalam pengembangan perangkat lunak, metode prototyping juga lazim diterapkan pada desain produk fisik (Nugraha, 2023).



Gambar 1. Siklus Model *Prototype*

Berdasarkan model *prototype* pada Gambar 1, maka dapat diuraikan pembahasan masing-masing tahap dalam model tersebut adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi (*Communication*)

Pada tahap ini, pengembang mengumpulkan informasi dan menganalisis kebutuhan pengguna dengan melakukan wawancara kepada calon pengguna dan hasil wawancara akan menjadi data pendukung untuk pembuatan sistem dan mencapai tujuan penelitian.

2. Perencanaan Secara Cepat (*Quick Plan*)

Pada tahap ini, tim hanya melakukan identifikasi singkat terhadap persyaratan inti dan batasan umum sistem. Pembahasan difokuskan pada elemen - elemen kritis yang harus ada agar pengembangan dapat segera dimulai, tanpa menelaah detail teknis secara mendalam. Dengan pendekatan yang ringkas namun terarah, fase ini memastikan kerangka kerja proyek terbentuk sejak awal sehingga mempercepat proses desain dan implementasi berikutnya.

3. Model Rancangan Cepat (*Modeling Quick Design*)

Pada tahap ini, tim secara cepat menyusun rancangan *high-level* yang meliputi tata letak antarmuka pengguna (UI) dan gambaran fungsionalitas utama sistem. Hasilnya berupa model atau sketsa sederhana misalnya *wireframe* atau diagram alur yang siap ditunjukkan kepada pengguna untuk evaluasi awal. Dengan menerima umpan balik langsung, tim dapat segera menyesuaikan desain sebelum melangkah ke detail teknis yang lebih mendalam.

4. Pembentukan (*Prototype*)

Setelah tahapan analisis dan desain selesai, maka dilanjutkan dengan pembentukan *prototype* yang merupakan implementasi sebuah rancangan dalam bentuk penulisan program.

5. *Deployment, Delivery & Feedback*

Tahap ini merupakan tahap pengujian sistem yang bertujuan untuk memastikan bahwa sistem yang dibuat berjalan dengan baik, sesuai dengan kebutuhan, dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Merancang sebuah sistem informasi penjualan mobil berbasis *web* pada *Showroom* wulandari melibatkan beberapa langkah, berikut balam tahap perencanaan ini yaitu dengan menganalisa yang dibutuhkan dalam pembuatan di antaranya :

1. Komunikasi (*Communication*)

Pada fase ini, tim pengembang dan pihak *Showroom* Wulandari melakukan dialog intensif untuk menggali kebutuhan serta harapan terhadap sistem yang akan dibangun. Diskusi mencakup identifikasi spesifikasi fungsional utama misalnya jenis informasi kendaraan yang perlu ditampilkan, mekanisme penyaringan berdasarkan merk dan tipe, serta penambahan tombol *WhatsApp* untuk memudahkan pelanggan berkomunikasi langsung dengan pemilik *showroom*. Hasil pemahaman mendalam dari pertemuan ini menjadi landasan kokoh sebelum memasuki tahapan desain dan pembangunan prototype selanjutnya.

2. Perencanaan Secara Cepat (*Quick Plan*)

Setelah fase pengumpulan kebutuhan, tim melanjutkan ke tahap perencanaan cepat yang bersifat *high-level*. Pada tahap ini, struktur dan alur sistem dirancang secara garis besar, mencakup rancangan halaman utama dengan daftar mobil, penempatan fitur penyaringan berdasarkan merk dan tipe, serta navigasi menuju halaman *detail* setiap unit. Meskipun bersifat *preliminary*, rencana ini sudah memadai sebagai landasan pembuatan prototipe awal. Selain itu, diputuskan bahwa sistem akan dirancang informatif dan mudah digunakan, tanpa menyertakan fungsionalitas *login* pengguna maupun transaksi langsung sesuai fokus untuk menampilkan katalog produk dan memfasilitasi komunikasi via *WhatsApp*.

3. Pembangunan Purwarupa (*Construction of Prototype*)

Pada fase ini, tim pengembang mulai merealisasikan desain yang telah disepakati dengan membangun purwarupa situs *web* beserta fungsionalitas dasarnya. Dibatasi tampilan daftar kendaraan menggunakan data *dummy*, dilengkapi mekanisme penyaringan interaktif berdasarkan merk dan tipe. Setiap unit juga memiliki halaman detail yang menyertakan tombol *WhatsApp* terintegrasi langsung ke nomor pemilik *showroom*. Meskipun belum sempurna, purwarupa ini sudah cukup untuk memberikan gambaran nyata tentang alur operasional dan cara pengguna berinteraksi dengan sistem.

4. *Deployment, Delivery & Feedback*

Pada fase ini, purwarupa yang telah dibangun diserahkan kepada pemilik *Showroom* Wulandari untuk diuji coba secara langsung. Pengguna mengevaluasi kemudahan navigasi, kelengkapan informasi kendaraan, serta kesesuaian tampilan antarmuka dengan ekspektasi mereka. Umpan balik yang diperoleh baik berupa saran peningkatan fungsionalitas, penyempurnaan desain, maupun perbaikan alur interaksi menjadi masukan krusial bagi tim pengembang. Jika terdapat kekurangan, proses iterasi kembali dimulai dari tahap komunikasi, lalu berlanjut melalui perencanaan cepat dan pembangunan ulang purwarupa hingga semua kebutuhan terpenuhi dan sistem siap diimplementasikan secara penuh.

Analisa Kebutuhan

Alur Sistem (Proses Kerja Sistem)

Ketika pengguna mengakses halaman beranda, peramban (*browser*) akan mengirimkan permintaan (*request*) ke *server*. *Server* kemudian akan mengeksekusi *query* MySQL sesuai dengan filter atau parameter yang diberikan, lalu me-render kode HTML untuk menampilkan daftar mobil. Apabila pengguna mengklik tombol "*Detail*", *server* akan mengambil (*fetch*) data spesifik berdasarkan *id_mobil* yang dipilih, dan kemudian menyajikan halaman detail yang relevan. Fungsionalitas tombol *WhatsApp* akan diimplementasikan menggunakan URL `https://wa.me/<nomor>?text=<pesan-template>`. Setiap aktivasi tombol akan menghasilkan tautan dinamis yang secara otomatis membuka aplikasi *WhatsApp* pengguna dengan pesan yang telah disiapkan.

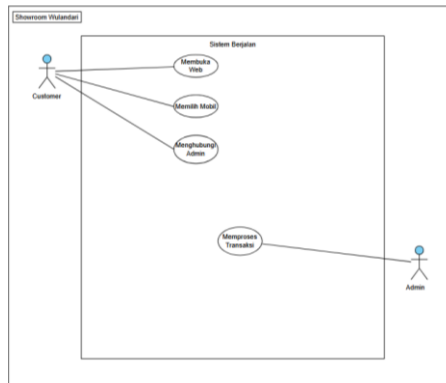
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses pengembangan sistem, diperlukan analisis dan perancangan yang cermat untuk memastikan pengelolaan data penjualan dapat dilakukan dengan efektif, cepat, dan akurat. Perancangan sistem ini merupakan langkah krusial yang harus ditempuh agar sistem yang dihasilkan dapat beroperasi dengan baik dan terstruktur dengan benar.

Perancangan Sistem Menggunakan UML (*Unified Modeling Language*)

UML bukanlah merupakan bahasa pemrograman tetapi model-model yang tercipta berhubungan langsung dengan berbagai macam bahasa pemrograman, sehingga memungkinkan melakukan pemetaan (*mapping*) langsung dari model-model yang dibuat dengan *Unified Modeling Language* (UML) dengan bahasa pemrograman berorientasi objek (PBO).

1. Usecase Diagram



Gambar 2. UseCase Diagram Showroom Wulandari
Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Berdasarkan *use case diagram Showroom Wulandari* pada Gambar 2, pembahasan masing-masing tahap interaksi antara aktor dan sistem adalah sebagai berikut:

1) Membuka Web

Customer mengakses alamat *web showroom*, memicu sistem menampilkan halaman beranda yang memuat daftar mobil, navigasi menu, dan fitur pencarian.

2) Memilih Mobil

Dari halaman beranda atau hasil pencarian, *Customer* meninjau detail setiap unit gambar, spesifikasi, harga kemudian menandai satu atau lebih mobil untuk dipesan atau dikontak lebih lanjut.

3) Menghubungi Admin

Jika *Customer* memerlukan informasi tambahan (ketersediaan stok, opsi pembiayaan, jadwal *test drive*), *Customer* menggunakan fitur pesan (*chat/WA/email*) yang mengarahkan pertanyaan langsung ke *Admin*.

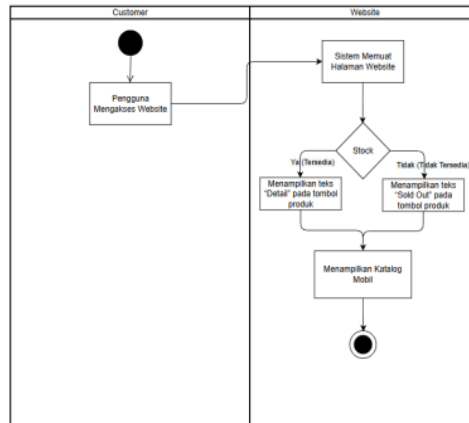
4) Memproses Transaksi

Admin menerima permintaan pembelian dari *Customer*, memverifikasi data (identitas, metode pembayaran), kemudian menyelesaikan proses transaksi mengonfirmasi pembayaran, mengatur pengiriman, dan mencatat histori penjualan.

2. Activity Diagram

Activity Diagram merupakan Gambaran *workflow* (aliran kerja) atau penggambaran aktivitas sistem proses bisnis. Adapun *Activity Diagram*, pemesanan dan pembayaran dalam penjualan *online* pada *Showroom Wulandari* sebagai berikut:

Activity diagram halaman beranda



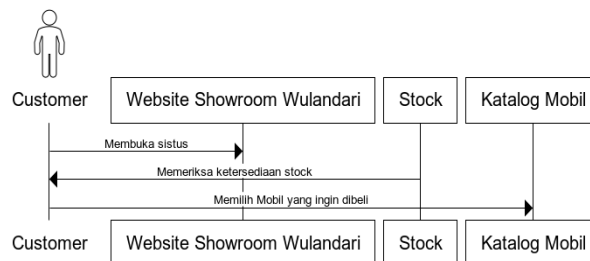
Gambar 3. *Activity Diagram* Halaman Beranda
 Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Berdasarkan Gambar 3, proses dimulai ketika pelanggan mengakses *website* dan sistem memuat halaman utama secara otomatis. Selanjutnya, sistem melakukan verifikasi ketersediaan stok kendaraan; apabila stok tersedia, antarmuka akan menampilkan tombol “Detail” untuk melihat spesifikasi lengkap produk dan tombol “Check Out” untuk memulai proses pembelian. Sebaliknya, jika stok tidak tersedia, pelanggan secara otomatis diarahkan kembali ke tampilan Katalog Mobil sebagai opsi penelusuran alternatif. Alur ini dirancang untuk memberikan respons dinamis berdasarkan status persediaan pada database sekaligus memandu pelanggan secara intuitif sesuai ketersediaan produk. Beberapa *Activity Diagram* lainnya antara lain *Activity Diagram* halaman Tipe, *Activity diagram* halaman Merk, dan *Activity diagram* halaman *Detail*.

3. *Sequence Diagram*

Pada bagian ini, akan dijelaskan interaksi antar objek dalam sistem penjualan online pada *Showroom* Wulandari secara lebih terperinci melalui *Sequence Diagram*. Diagram-diagram ini akan memvisualisasikan urutan pesan yang dipertukarkan antara aktor (pengguna) dan berbagai komponen sistem untuk setiap fungsionalitas utama, yang dipecah berdasarkan halaman-halaman kunci pada *website*.

Sequence Diagram Halaman Beranda



Gambar 4. *Sequence Diagram* Halaman Beranda
 Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Berdasarkan *sequence diagram* 4, interaksi dimulai ketika *Customer* membuka *website Showroom* Wulandari. Secara bersamaan, *Website* mengirimkan permintaan pengecekan ke komponen *Stock* untuk memverifikasi ketersediaan unit. Setelah *Stock* mengonfirmasi bahwa barang tersedia, *Website* mengambil dan menampilkan Katalog Mobil kepada *Customer*. Selanjutnya *Customer* memilih satu unit yang ingin dibeli, lalu *Website* kembali merujuk ke Katalog Mobil untuk mengeksekusi pemilihan produk tersebut. Dengan demikian, keseluruhan

alur membuka situs, memeriksa stok, memuat katalog, dan pemilihan unit terlaksana melalui pertukaran pesan berurutan antara *Customer*, *Website*, *Stock*, dan Katalog Mobil sehingga data yang disajikan selalu *up-to-date* dan responsif terhadap aksi pengguna. Beberapa *Sequence Diagram* lainnya yaitu *Sequence Diagram* Halaman Merk, *Sequence Diagram* Halaman Tipe dan *Sequence Diagram* Halaman Detail.

2. Class Diagram



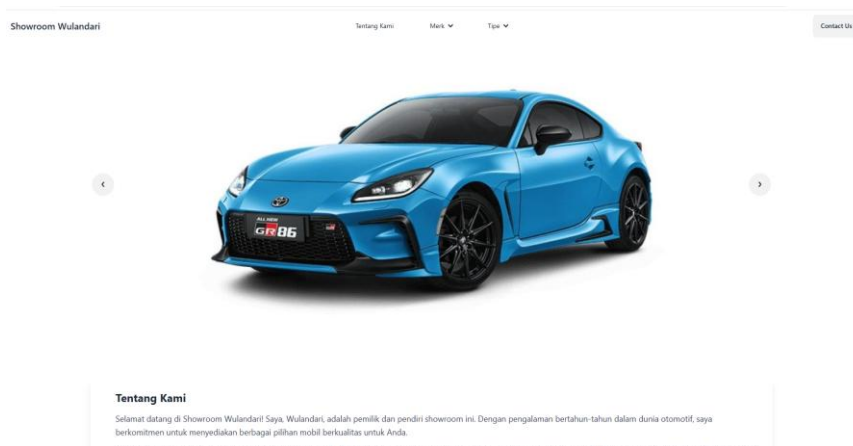
Gambar 5. *Class Diagram* Showroom Wulandari
Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Class Diagram pada Gambar 5 Mobil merepresentasikan entitas *tb_mobil* dalam basis data. Kelas ini memiliki atribut publik seperti *kd_mobil*, *gambar*, *merk*, *nama_mobil*, *harga*, *type*, *mesin*, *kilometer*, *deskripsi*, *tahun_produksi*, *lokasi_unit*, dan *stock*, yang dapat diakses oleh komponen lain. Kelas ini juga memiliki metode *tampilkanDetail()* untuk menampilkan informasi lengkap mobil. Diagram ini menjadi cetak biru struktur data mobil dalam sistem.

Mockup

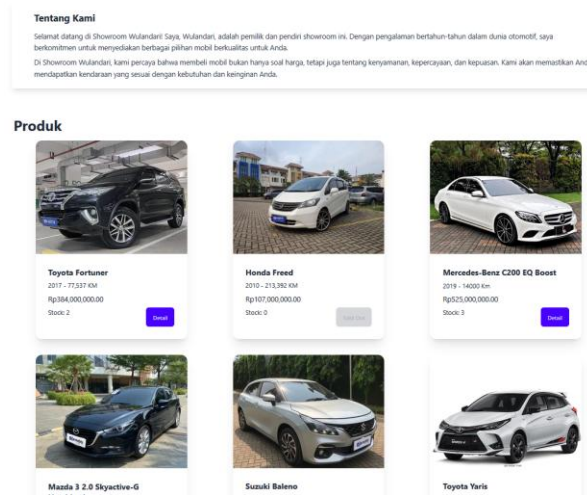
Pada tahap ini kegiatan final dari pembuatan rancangan sistem informasi penjualan *online* berbasis dengan menggunakan perangkat lunak maupun perangkat keras. Terdapat beberapa halaman tampilan dalam *Showroom* Wulandari yang akan ditampilkan sebagai berikut.

1. Halaman Beranda



Gambar 6. Tampilan Halaman Beranda
Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Gambar 6 menampilkan tampilan awal (hero section) website Showroom Wulandari. Di bagian atas terdapat header dengan logo dan menu navigasi seperti “Tentang Kami”, “Merk”, “Tipe”, dan “Contact Us”. Bagian utama menunjukkan gambar mobil sport (Toyota GR 86) sebagai banner carousel, dilengkapi panah navigasi. Di bawahnya, terdapat segmen “Tentang Kami” berisi deskripsi singkat showroom yang menekankan kualitas, kenyamanan, dan kepercayaan. Tampilan ini dirancang untuk menyambut dan menarik perhatian pengunjung.



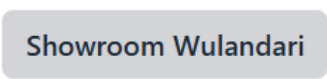
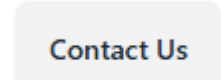
Gambar 7. Tampilan Halaman Beranda
Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

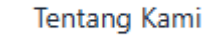

Gambar 7 menampilkan halaman katalog produk website Showroom Wulandari. Setelah segmen "Tentang Kami", bagian ini menampilkan daftar mobil dalam format kartu, yang memuat gambar, nama mobil, tahun produksi, kilometer, harga, dan status stok. Mobil dengan stok nol, seperti "Honda Freed", memiliki tombol “Detail” yang tidak aktif. Sebaliknya, mobil tersedia seperti "Toyota Fortuner" dan "Mercedes-Benz C200 EQ Boost" memiliki tombol “Detail” aktif. Desain ini memudahkan pengguna menelusuri dan mengecek ketersediaan mobil secara langsung. Beberapa halaman lainnya yaitu Halaman Merk/*Brand*, Halaman Tipe dan Halaman *Detail* Produk.

Pengujian *Black Box Testing* Halaman Beranda

Pada Tabel 1 adalah hasil testing halaman beranda yang dilakukan penulis. Di beranda user dapat memilih milih mobil yang ingin dibeli maupun menghubungi pemilik showroom.

Tabel 1. Hasil Pengujian *Black Box Testing* Halaman Beranda

No	Cara Pengujian	Hasil yang diharapkan	Validasi
1	Klik “Showroom Wulandari” 	Menampilkan halaman beranda <i>website</i>	Sukses
2	Klik tombol “Contact Us” 	Menggulir halaman hingga paling bawah dan menampilkan informasi tentang <i>Showroom Wulandari</i>	Sukses

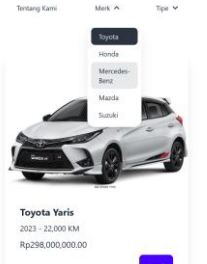
No	Cara Pengujian	Hasil yang diharapkan	Validasi
3	Klik tombol “tentang kami” 	Menggulir kebawah hingga menampilkan bagian Tentang Kami	Sukses
4	Klik tombol “Detail” 	Maka user akan di alihkan ke halaman detail produk	Sukses


Gambar tersebut menampilkan hasil pengujian black-box pada fitur utama website Showroom Wulandari. Dari empat skenario, seluruhnya menunjukkan status “Sukses”. Pengujian mencakup navigasi ke beranda lewat logo, tombol “Contact Us” dan “Tentang Kami” yang menggulir ke bagian informasi, serta tombol “Detail” yang berhasil menampilkan halaman detail produk. Hasil ini membuktikan bahwa fitur navigasi dan akses informasi berjalan sesuai harapan.

Pengujian *Black Box Testing* Halaman Merk

Pada Tabel 2 adalah hasil *testing* halaman Merk yang dilakukan penulis. Di beranda user dapat memilih milih mobil Merk yang tersedia pada *Showroom* Wulandari.

Tabel 2. Hasil Pengujian *Black Box Testing* Halaman Merk

No	Cara Pengujian	Hasil Yang diharapkan	Validasi
1	Klik Tombol “Merk” lalu Klik “Toyota” 	Mengarah user ke halaman merk sesuai dengan merk yang user pilih	Sukses

No	Cara Pengujian	Hasil Yang diharapkan	Validasi
2	Klik Tombol “Detail” 	Mengarahkan user ke halaman <i>detail</i> produk	Sukses


Pada skenario pertama, penguji memilih menu “Merk” dan klik opsi “Toyota”. Sistem berhasil memfilter dan menampilkan daftar mobil Toyota tanpa kendala, menandakan fungsi penyaringan merk berjalan baik.


Skenario kedua menguji tombol “Detail” pada produk Toyota Yaris. Sistem merespons dengan membuka halaman detail yang menampilkan spesifikasi lengkap, gambar, dan informasi harga. Navigasi dan penyajian data berjalan sesuai harapan, sehingga kedua pengujian dinyatakan sukses.

Pengujian *Black Box Testing* Halaman Tipe

Pada Tabel 4. 3 adalah hasil *testing* halaman Tipe yang dilakukan penulis. Di beranda *user* dapat memilih milih Tipe mobil yang tersedia pada *Showroom* Wulandari.

Tabel 3. Hasil Pengujian *Black Box Testing* Halaman Tipe

No	Cara Pengujian	Hasil Yang diharapkan	Validasi
1	Klik Tombol “Tipe” lalu Klik “MPV” 	Mengarah <i>user</i> ke halaman tipe sesuai dengan tipe yang <i>user</i> pilih	Sukses
2	Klik Tombol “Detail”	Mengarahkan <i>user</i> ke halaman <i>detail</i> produk	Sukses

No	Cara Pengujian	Hasil Yang diharapkan	Validasi
			


Pada skenario pertama, penguji memilih opsi “MPV” dari menu “Tipe”, dan sistem berhasil memfilter serta menampilkan mobil bertipe MPV sesuai harapan.

Skenario kedua menguji tombol “Detail” pada Toyota Avanza yang telah difilter. Sistem menampilkan halaman detail dengan spesifikasi lengkap, gambar, dan harga. Kedua pengujian berjalan lancar dan dinyatakan berhasil.

Pengujian Black Box Testing Halaman *Detail*

Pada Tabel 4 adalah hasil *testing* halaman *Detail* yang dilakukan penulis. Di beranda *user* jika ingin membeli mobil, *user* bisa menghubungi pihak *Showroom* melalui aplikasi *WhatsApp*.

Tabel 4. Hasil Pengujian *Black Box Testing* Halaman *Detail*

No	Cara Pengujian	Hasil Yang diharapkan	Validasi
1	Klik tombol “ <i>Chat via WhatsApp</i> ” 	<i>User</i> akan di arahkan ke <i>WhatsApp Owner</i>	Sukses

Pada halaman detail produk, penguji mengklik tombol “*Chat via WhatsApp*”. Sistem kemudian memproses permintaan dengan membuka aplikasi *WhatsApp* atau jendela percakapan yang langsung terhubung ke nomor pemilik produk. Karena pengguna berhasil diarahkan ke tampilan chat *WhatsApp Owner* tanpa hambatan, fitur ini divalidasi bekerja dengan baik.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil merancang dan mengembangkan sistem informasi penjualan mobil bekas berbasis *website* untuk *Showroom* Wulandari. Berdasarkan analisis kebutuhan dan implementasi yang dilakukan, sistem ini mampu meningkatkan efisiensi operasional *Showroom* dan memberikan kemudahan akses bagi calon pembeli.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan sistem informasi penjualan mobil bekas berbasis di *Showroom* Wulandari. Berikut adalah beberapa saran untuk peningkatan lebih lanjut:

1. Integrasikan dengan *platform* media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter* untuk memperluas jangkauan pemasaran.
2. Fitur *Review* dan *Rating* Tambahkan fitur yang memungkinkan pembeli memberikan *review* dan *rating* terhadap mobil yang dibeli untuk meningkatkan kepercayaan calon pembeli.

3. Implementasikan sistem notifikasi melalui *email* atau *SMS* untuk mengingatkan pengguna tentang penawaran khusus, stok baru, atau status transaksi.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan sistem informasi penjualan mobil bekas di *Showroom* Wulandari dapat terus berkembang, memberikan layanan yang lebih baik kepada pengguna, dan meningkatkan performa bisnis secara keseluruhan.

REFERENSI

- Duan, J., Hu, H., Zhang, Y., Feng, L., Shi, Y., Miller, M. R., & Sun, Z. (2017). Multi-organ toxicity induced by fine particulate matter PM2.5 in zebrafish (*Danio rerio*) model. *Chemosphere*, 180(1), 24–32. <https://doi.org/10.1016/j.chemosphere.2017.04.013>
- Erawati, W. (2019). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Dengan Pendekatan Metode Waterfall. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.30865/mib.v3i1.987>
- Istika, N., & Handayanto, A. (2023). *IN-FEST 2023 Aplikasi Gallery Mobil Bekas Berbasis Website Pada Showroom AV Mobil IN-FEST 2023*. 1(1), 315–324.
- Mardika, I. K. A., Adnyana, I. M. B., Luh, N., & Srinadi, P. (2024). *Perancangan Sistem Informasi Penjualan Mobil Bekas Pada Showroom Rahayu Motor*. 126–131.
- Nugraha, H. (2023). Pembangunan Aplikasi Penjualan Mobil Bekas Pada Showroom Mobil. *Jurnal Teknologi Pintar*, 3(9), 1–27. <http://teknologipintar.org/index.php/teknologipintar/article/view/504>
- Nur, H. (2019). Penggunaan Metode Waterfall Dalam Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan. *Generation Journal*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.29407/gj.v3i1.12642>
- Rahmawati, N. (2024). *SISTEM INFORMASI KEPEGAWAIAN PADA PT ANUGERAH MEGA LESTARI BERBASIS WEBSITE Oleh : FAKULTAS ILMU KOMPUTER DAN REKAYASA UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG PALEMBANG* Fakultas Ilmu Komputer dan Rekayasa Universitas Multi Data Palembang.
- Siahaan, M., & Lim, T. (2024). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Barang Bekas Berbasis Website dengan Metode Extreme Programming. *CESS (Journal of Computing Engineering, System and Science)*, 9(1), 39–50.
- Wibowo, D. A. (2018). Sistem Informasi Penjualan Mobil Bekas Berbasis Web Pada Pt. Umi Ford Banjarmasin. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 9(4), 222. <https://doi.org/10.31602/tji.v9i4.1536>
- Zaenal Mutaqin, M., & Malik Mutoffar, M. (2024). Algoritma Naive Bayes untuk Memprediksi Waktu Pengerjaan Uji Kompetensi Keahlian (UKK) Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *Journal of Students' Research in Computer Science*, 4(1), 37 – 52. <https://doi.org/10.31599/pw0wvj13>