

**LAPORAN KEMAJUAN PENELITIAN
HIBAH UNIVERSITAS TRILOGI**



**Perancangan Aplikasi *Dropship* bagi Pelaku Usaha UMKM
menggunakan Metode *Waterfall***

Silvester Dian Handy Permana, S.T., M.T.I. (NIDN : 0326119001)

Ketut Bayu Yogha Bintoro, S.Kom., M.Cs. (NIDN : 0814058601)

Ade Syahputra, S.T., M.Inf.Comm.Tech.Mgmt. (NIDN : 0308058301)

UNIVERSITAS TRILOGI

2022

LEMBAR PENGESAHAN
PENELITIAN HIBAH UNIVERSITAS TRILOGI

Judul Penelitian : Perancangan Aplikasi *Dropship* bagi Pelaku Usaha UMKM menggunakan Metode *Waterfall*

Kode / Nama Rumpun Ilmu : 458 / Teknik Informatika

Ketua Peneliti :

a. Nama Lengkap : Silvester Dian Handy Permana, S.T., M.T.I.

b. NIDN : 0326119001

c. Jabatan Fungsional : Lektor

d. Program Studi : Teknik Informatika

e. Nomor HP : 08562900777

f. Alamat email : handy@trilogi.ac.id

Anggota Peneliti (1) :

a. Nama Lengkap : Ketut Bayu Yogha Bintoro, S.Kom., M.Cs.

b. NIDN : 0814058601

Anggota Peneliti (2) :

a. Nama Lengkap : Ade Syahputra, S.T., M.Inf.Comm.Tech.Mgmt.

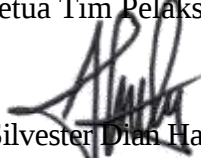
b. NIDN : 0308058301

Biaya Penelitian : - diusulkan ke Universitas Trilogi Rp 4.000.000,-
- inkind (Dana Ketua Peneliti) Rp. -

Mengetahui,
Ketua Program Studi Teknik Informatika


(Ir. Yaddarabullah, M.Kom., ASEAN Eng.)
NIP. 150923

Jakarta, 2 Desember 2022
Ketua Tim Pelaksana


(Silvester Dian Handy Permana, S.T., M.T.I.)
NIP. 140808

Mengesahkan,

(Dr. Aty Herawati)
NIP. 200904

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
DAFTAR ISI.....	3
DAFTAR GAMBAR.....	4
DAFTAR TABEL.....	5
RINGKASAN	6
BAB I PENDAHULUAN.....	7
1.1 Latar Belakang Masalah.....	7
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Luaran Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	14
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	16
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	22
Lampiran 1. Susunan organisasi tim peneliti dan pembagian tugas.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2. Biodata ketua dan anggota	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3. Surat pernyataan ketua peneliti	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Arsitektur Website <i>Dropshipping</i>	10
Gambar 3.1 Metodologi Penelitian	14

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Format Luaran.....	16
Tabel 5.1 Justifikasi Anggaran Biaya Penelitian	17
Tabel 5.2 Biaya Penelitian	18
Tabel 5.3 Jadwal Penelitian	19

RINGKASAN

Persaingan usaha pada zaman ini semakin ketat dengan bertambah banyaknya pengusaha baru selama pandemi covid-19 ini. Para pengusaha berjuang sangat keras untuk mendapatkan pelanggan dalam jual beli barang dagangannya. Namun, tidak semua pedagang mempunyai strategi atau cara dalam menjual barang dagangannya. Mereka hanya mengandalkan media sosial untuk mempromosikan barang dagangannya. Hal ini tidak cukup efektif karena hanya terfokus dalam penjualan dan belum melakukan ekspansi dalam bisnisnya. Mereka membutuhkan sistem aplikasi *dropship* dimana sistem tersebut dapat memudahkan para pelanggan atau orang lain dalam memasarkan produknya sehingga produknya dapat terjual lebih banyak. Penelitian ini akan membuat suatu aplikasi yang dapat digunakan untuk *dropship* sehingga para pelaku usaha dapat melakukan ekspansi usaha dengan sistem *dropship*. Aplikasi ini dibangun secara *mobile* dan dapat beroperasi dalam *smartphone* yang berbasis android. Aplikasi ini dibangun menggunakan metode *Waterfall* sehingga jadi suatu aplikasi yang tepat guna. Aplikasi ini diharapkan dapat membantu para pengusaha UMKM dalam membuat sistem *dropship* bagi ekspansi bisnisnya.

Kata kunci : Sistem *Dropship*, Aplikasi Mobile, Ekspansi Bisnis.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha di zaman sekarang ini sangat ketat. Adanya teknologi membuat persaingan usaha saat ini dapat lintas provinsi maupun lintas negara. Teknologi memberikan dampak yang signifikan dalam suatu bisnis. Teknologi menghantar para pelaku bisnis dan pelanggan mereka berdiskusi dan melakukan transaksi secara virtual. Hal ini membuat persaingan bisnis semakin terbuka (Tirta, et al. 2021).

Pada pelaku bisnis biasanya memanfaatkan media sosial dan *marketplace* untuk menjual barang mereka. Media sosial yang dimanfaatkan antara lain Instagram dan tiktok. Instagram mendukung para pelaku bisnis dengan mempunyai perbedaan antara akun pribadi dan akun bisnis. Akun bisnis yang dipakai para pelaku usaha juga dapat dimanfaatkan untuk meng-*upload* produk atau jasanya. Tiktok merupakan media sosial yang sedang booming akhir-akhir ini. Media sosial ini mengedepankan media video berbasis musik. Biasanya para pelaku bisnis yang memanfaatkan Tiktok ini membuat video yang mengedepankan informasi dari barang yang dijualnya (Sofyan, et al. 2021).

Namun, penjualan seperti itu merupakan penjualan yang konvensional dan belum melakukan ekspansi secara bisnis. Bisnis penjualan barang tentunya memerlukan ekspansi yang besar agar usahanya laku terjual. Bisnis penjualan barang memerlukan sistem *dropship* yaitu sistem yang dapat menarik orang lain dalam membantu para pengusaha menjual barangnya/ Para pengusaha belum dapat mengurus sistem *dropship* karena ketidakmampuan maupun tidak adanya waktu. Hal ini merupakan suatu terobosan yang menarik untuk memanfaatkan pasar dalam menjual barang yang dipunya oleh pelaku bisnis ini (Sinta, 2021).

Sistem *dropship* merupakan penjualan tanpa modal dan hanya menyalurkan informasi barang dagangan secara umum. Penelitian ini akan merancang aplikasi yang dapat digunakan untuk *dropship*. Aplikasi ini mempermudah para *dropshipper* dalam mengambil informasi mengenai barang yang dijual para pelaku bisnis seperti gambar, informasi stok barang, informasi barang, maupun harganya. Aplikasi ini memungkinkan informasi tersebut dapat di unduh dan disalin dalam perangkat pengguna sehingga para *dropshipper* dapat menjual barang tersebut di media sosial maupun *marketplace* pribadinya dengan menambah sedikit keuntungan atau harga dari barang tersebut.

Hasil dari penelitian ini adalah suatu aplikasi yang dapat mendukung ekspansi bisnis secara *dropship*. Aplikasi ini dapat digunakan untuk pemilik bisnis dalam mengembangkan usaha bisnisnya dalam menjual barang, mendukung perekonomian usaha UMKM yang ada, dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan yang baru bagi para *dropshipper*. Harapan dari penelitian ini adalah adanya simbiosis mutualisme antara pelaku bisnis dan *dropshipper* dimana mereka mempunyai barang yang dijual dan ada yang membantu menjualkan barangnya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana merancang aplikasi *dropship* bagi pelaku usaha UMKM menggunakan Metode Waterfall?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk merancang aplikasi *dropship* bagi pelaku usaha UMKM menggunakan Metode Waterfall.

1.4 Luaran Penelitian

Luaran dari penelitian ini adalah :

1. Publikasi pada Jurnal Nasional terakreditasi.
2. Model

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Salah satu alternatif dalam model bisnis internet yang belakangan ini sedang populer adalah jual beli online dengan menggunakan sistem *dropship*. *Dropshipping* merupakan penjualan produk yang memungkinkan *dropshipper* menjual barang ke pelanggan dengan bermodalkan foto dari *supplier* tanpa perlu menyimpan barang secara langsung dan menjualnya dengan harga yang sudah ditentukan sendiri oleh *dropshipper* atau harga berdasarkan kesepakatan bersama antara *supplier* dengan *dropshipper* (Ridho Rifaldi, Robertus Laipaka, 2018). Oleh karenanya, *dropshipper* memerlukan sistem online *dropshipping* memerlukan sistem online *dropshipping* sebagai perantara bagi consume yang ingin mendapatkan produk dari penjual yang menyimpan barang secara fisik, seperti website yang terintegrasi dengan media sosial sebagai fungsi bauran promosi secara terpadu dan sebagai peran komunikasi yang menginformasikan produk yang ditawarkan (Andre Arief Nugroho, Hasan, 2018).

Dalam sistem *Dropshipping*, penjual hanya menjadi perantara untuk konsumen dengan pihak *supplier*. Keuntungan penjualan diperoleh dari selisih harga dari *supplier* ke *dropshipper* dengan harga *dropshipper* kepada pembeli. Beberapa keuntungan sistem *dropshipping* yaitu bebas untuk memasarkan satu atau lebih jenis produk, tidak membutuhkan modal besar untuk menjalankan sistem ini, tidak perlu menyediakan kantor dan gudang barang, terbebas dari beban pengemasan dan distribusi produk, tidak kenal batas waktu atau ruang, dapat menjalankan usaha ini kapan pun dan di mana pun berada (Andre Arief Nugroho, Hasan, 2018).

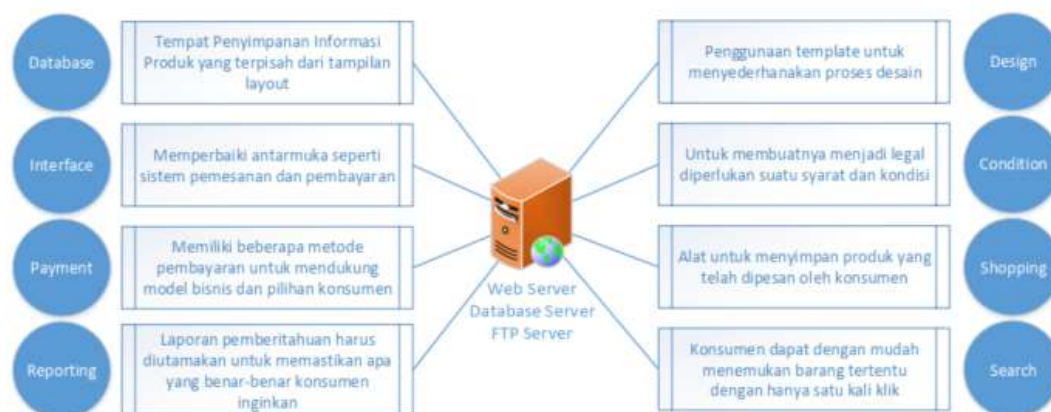
Penerapan sistem informasi dalam mendukung kinerja *dropshipper* menjadi sebuah solusi karena dapat mendukung kinerja pemasaran tanpa batas waktu dan tempat. Masyarakat atau pengguna relatif lebih mudah dan dapat menghemat waktunya untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai suatu barang secara mendetail, hanya dengan melakukan penelusuran pada *website* (Ridho Rifaldi, Robertus Laipaka, 2018).

Rapid Application Development (RAD) adalah sebuah metode pengembangan software yang diciptakan untuk menekan waktu yang dibutuhkan untuk mendesain serta mengimplementasikan sistem informasi sehingga dihasilkan siklus pengembangan yang sangat pendek (Andre Arief Nugroho, Hasan, 2018). Metode RAD menggunakan model *prototype*, sehingga pengguna lebih mudah mengerti seperti apa sistem yang dirancang. Lebih fleksibel karena pihak *developer* dapat melakukan proses desain ulang pada saat yang bersamaan. Metode RAD juga lebih efektif dalam menghasilkan sistem yang memenuhi kebutuhan

pengguna dan cocok untuk proyek yang memerlukan waktu yang singkat (Alexander Waworuntu, 2020).

Model RAD memiliki empat fase yaitu; (1) Fase perencanaan syarat-syarat, (2) fase perancangan, (3) fase konstruksi, dan (4) fase pelaksanaan. Berikut ini merupakan penjelasan masing-masing dari metode RAD; (1) Fase Perencanaan syarat-syarat, pada tahap ini dilakukan pengidentifikasian tujuan-tujuan aplikasi atau sistem serta untuk mengidentifikasi syarat-syarat informasi yang ditimbulkan dari tujuan-tujuan tersebut. (2) Fase Perancangan, Dalam merancang sebuah sistem, mengatur kompleksitas adalah salah satu alasan utama mengapa harus membuat model. (3) Fase konstruksi, membantu pihak *developer* untuk dapat fokus, dapat mendokumentasikan, menangkap keseluruhan sistem dan mengkomunikasikan aspek-aspek penting dalam sistem yang sedang dirancang (Ridho Rifaldi, Robertus Laipaka, 2018). (4) Fase Pelaksanaan, Terdapat tiga pendekatan pada fase pelaksanaan, yaitu *iterative development*, *system prototyping*, dan *throwaway prototyping* (Alexander Waworuntu, 2020)

Berikut ini merupakan kelebihan dari RAD; (1) Mengemat waktu dalam keseluruhan fase proyek, (2) Mengurangi seluruh kebutuhan yang berkaitan dengan biaya proyek dan sumber daya manusia, (3) Membantu pengembangan aplikasi yang berfokus pada waktu penyelesaian proyek, (4) Sudut pandang user disajikan di akhir, melalui fungsi-fungsi *user interface* (Andre Arief Nugroho, Hasan, 2018).



Gambar 2.1 Model Arsitektur Website *Dropshipping*

Sumber: (<http://sisfotenika.stmikpontianak.ac.id/index.php/enter/article/view/859/622>)

Model arsitektur sistem *Dropshipping* di atas adalah merupakan model sederhana dari interaksi antara pembeli dengan penjualan dimana keduanya saling berinteraksi dengan sistem. Gambaran dari arsitektur ini dimulai dari konsumen yang melakukan login ke sistem. Setelah

berhasil login, maka konsumen dapat melakukan pemilihan terhadap data barang yang ingin dibelinya. Barang yang telah dipilih akan masuk kedalam keranjang belanja sebagai awal dari proses transaksi. Di dalam keranjang belanja akan dapat dilihat detail barang yang dibeli dan dapat melakukan pembatalan jika data barang yang dipilih tidak sesuai. Setelah yakin dengan barang yang dibeli maka data barang yang ada dikeranjang belanja akan menjadi bukti transaksi yang dikemas dalam bentuk rangkuman order. Rangkuman order dilakukan pembayaran dengan cara mengisi data pembayaran dan data pembayaran akan dilakukan validasi oleh admin untuk memastikan keabsahan dari data. Jika data sudah benar maka admin dapat melakukan pengiriman barang melalui jasa pengiriman barang yang telah dipersiapkan (Ridho Rifaldi, Robertus Laipaka, 2018).

Ada pula metode pengembangan sistem informasi berbasis web yang menerapkan metode SDLC *waterfall* yang tahapan metodenya berupa, *planning*, *analysis*, *design*, *implementation*, *testing*, dan juga tahap *maintenance*. Metode ini juga memiliki keunggulan berupa hasil software yang dikembangkan dengan metode ini biasanya memiliki kualitas yang baik serta dokumen pengembangan sistem sangat terorganisir. Berikut merupakan penjelasan tahapan-tahapan yang dibutuhkan;

1. Perencanaan

Menjelaskan tahapan, atau rencana kerja untuk projek yang akan dikerjakan, seperti menjabarkan spesifikasi dari sistem *requirements*, *planning activity*, dan *business case* dengan cara menyebutkan kebutuhan-kebutuhan dengan penjelasan detail untuk pengembangan ditahap berikutnya.

2. Analisa Kebutuhan

Tujuan akhirnya adalah mendeskripsikan di mana masalah atau peluang dengan rekomendasi umum tentang cara memperbaiki, meningkatkan, atau mengganti sistem saat ini, untuk mendukung berjalannya sistem yang baru.

3. Desain Website

Desain website ini meliputi beberapa tahap setelah analisis kebutuhan. Desain website nantinya akan menjelaskan bagaimana suatu sistem dirancang dengan membuat desain yang bertujuan pengurangan fase pemeliharaan dalam siklus *life cycle*. Nantinya akan ada juga semua komponen sistem yang mendeskripsikan bentuk dari sistem yang dibangun. Dengan hal itu, maka cara yang akan dilakukan adalah mengetahui komponen apa saja yang nantinya akan dibutuhkan user serta mengetahui

rentan waktu untuk menyelesaikan proyek (Fitri Shinta Dewi, Hendro Poerbo P, Meme Susilowati, 2020).

Selanjutnya metode yang bisa dipakai oleh *dropshipper* adalah metode *web scrapping*, metode AHP, dan metode TOPSIS, yang memiliki penjelasan sebagai berikut (Freddy Ajax Pratama, Faizatul Amalia, Edy Santoso, 2020);

1. **Web scraping** adalah teknik untuk mengambil data dari halaman *website* lalu menyimpannya ke dalam media penyimpanan di dalam komputer atau ke dalam *database*. Teknik ini dilakukan oleh sebuah aplikasi yang disebut *scraper*. *Scraper* dapat mengambil berbagai data yang ada dalam suatu halaman *website*. Data yang diambil dapat berupa teks, gambar atau video. *Web scraping* memiliki berbagai kegunaan, diantaranya adalah mengambil konten dari sebuah halaman situs. Teknik pengambilan data dengan *web scraping* dapat digunakan untuk mengambil data dari sebuah halaman situs terutama informasi sebuah produk dari *marketplace*.
2. **Metode AHP** adalah metode analisis keputusan banyak kriteria untuk memecahkan permasalahan rumit tidak terstruktur dengan cara mengubahnya ke dalam bentuk terstruktur yang memiliki banyak level sesuai kelompoknya. Level atau hierarki dalam AHP terbagi menjadi level tujuan, kriteria, subkriteria dan alternatif. AHP digunakan untuk mengukur ukuran penyebaran relatif atau *relative measurement*. Dalam *relative measurement*, pengukuran tidak menggunakan ukuran pasti melainkan proporsi diantara dua nilai.
3. **Metode TOPSIS** adalah salah satu teknik analisis keputusan banyak kriteria yang memiliki konsep utama, yakni mencari alternatif terbaik yang ditandai dengan memiliki nilai solusi ideal positif (solusi optimal) terbesar atau dapat dikatakan berada paling dekat dengan solusi terbaik dan memiliki nilai solusi ideal negatif (solusi nonoptimal) terkecil atau dapat dikatakan berada paling jauh dengan solusi terburuk.

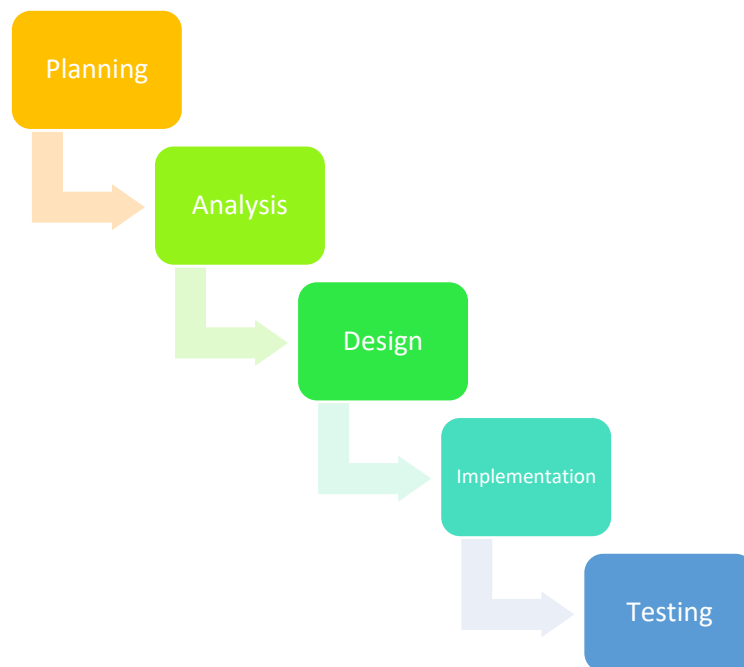
Seorang *dropshipper* sebagai penjual perlu menilai hingga puluhan produk untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Dalam menentukan produk untuk dijual, seorang *dropshipper* menilai kualitas sebuah produk berdasarkan dari informasi produk tersebut. Penilaian produk dilakukan dengan mengunjungi sebuah *marketplace online* dan mencatat informasi produk yang ingin

dinilai. Kegiatan mencari informasi produk dapat berlangsung dalam durasi hari hingga minggu dan dilakukan kembali setiap penjual ingin menjual sebuah jenis produk baru. Hal tersebut mengakibatkan penjual memerlukan waktu yang lama dalam mencari dan menilai produk untuk dijual. Oleh karena itu dengan menggunakan metode *Web Scrapping*, AHP, dan TOPSIS, dapat membantu *Dropshipper* dalam mencari produk terbaik berdasarkan kriteria penjual dengan waktu yang relatif lebih singkat (Freddy Ajax Pratama, Faizatul Amalia, Edy Santoso, 2020).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang diusulkan ini memiliki tahapan-tahapan sebagai yang digambarkan pada gambar 3.1 dibawah ini:



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

Dari gambar 3.1 diatas dapat dijelaskan tahapan-tahapan penelitian ini sebagai berikut :

1. Planning

Pada tahapan planning ini, kita akan melakukan suatu diskusi mengenai kebutuhan dari perangkat lunak yang akan dibuat. kebutuhan ini ini akan mendefinisikan Sistem yang akan dibuat. Tahapan ini akan menghasilkan suatu user requirement yang nantinya akan dipakai untuk membuat berbagai analisis dari sistem tersebut. tahapan planning ini juga melibatkan studi literatur di mana kita akan melihat aplikasi yang sejenis sebagai referensi untuk membuat aplikasi edukasi ini.

2. Analysis

Pada tahapan analisis kita akan membuat class diagram, data flow diagram, dan sebagainya untuk suatu sistem edukasi yang akan dibuat. Pada tahapan ini kita juga menentukan database dan domain apa yang akan dibuat sehingga nanti akan menjadi tempat untuk mengompol atau publikasikan website edukasi ini. tahapan ini juga termasuk dalam menganalisis basis data yang akan digunakan dan untuk program tersebut.

3. Design

Pada tahapan desain kita akan mendesain Purwarupa atau merancang aplikasi dalam website edukasi ini. Perancangan purwarupa ini juga disebut dengan mendesain front end nya dimana nanti website yang akan dibuat kurang lebih berbentuk seperti ini. Dalam tahapan desain ini juga kita akan membentuk purwarupa untuk tampilan dari sisi administrasi dan dari sisi pengguna. Perbedaan ini nanti akan menjadi suatu kontras di mana pengguna mempunyai fitur berbeda dengan administrator.

4. Implementation

Tahapan implementation merupakan tahapan yang paling banyak memerlukan effort atau peran dari penelitian ini. tahapan ini melingkupi bagaimana cara kita untuk mewujudkan website tersebut melalui coding. dalam tahapan ini pastinya memerlukan waktu yang lebih lama dari pada tahapan yang lain di mana Nanti kita akan membuat website ini dari nol. Tahapan ini juga termasuk memasukkan hasil dari chord yang dibangun ke dalam domain sehingga dapat diakses dari luar atau dari sisi pengguna yang lain.

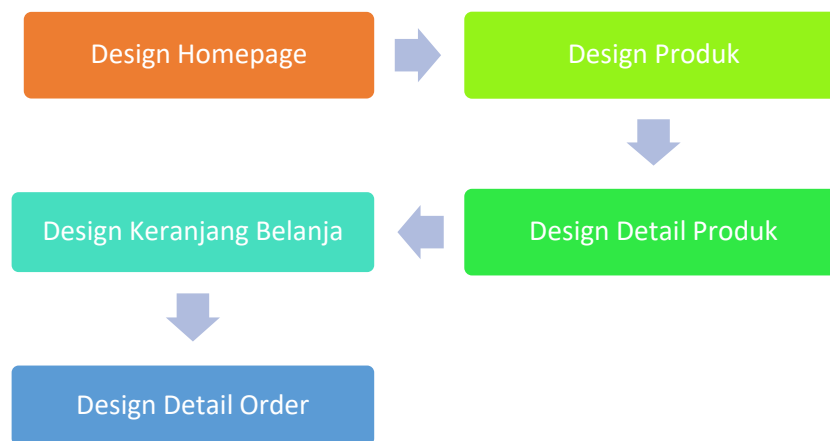
5. Testing

Tahap testing ini adalah tahap dimana penelitian ini menjadi final dan dapat dipublikasikan ke pengguna secara umum. Tahapan ini menguji seluruh fungsionalitas dalam sistem Dan harapannya sistem dapat digunakan secara baik dan dapat menyalurkan edukasi mengenai literasi keuangan kepada generasi muda tentunya. tahapan testing ini juga akan menguji perangkat lunak secara black box sehingga dapat meyakinkan pengguna agar dapat digunakan pengguna dengan baik.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam proses pembuatan aplikasi *dropship* ini diperlukan perancangan desain untuk fitur yang akan tersedia didalam aplikasi. Hal ini diperlukan agar peneliti dapat membuat tampilan dalam setiap fitur yang sesuai dengan kebutuhan sistem. Desain rancangan fitur-fitur yang tersedia didalam aplikasi *dropship* dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini.



Gambar 4.1 Alur Perancangan Design pada Aplikasi *Dropship*

Berikut adalah design *user interface* atau antarmuka fitur program yang telah dibuat yaitu berupa *Homepage*, *Produk*, *Detail Produk*, *Keranjang Belanja*, dan *Detail Order*.

a) Halaman *Homepage*

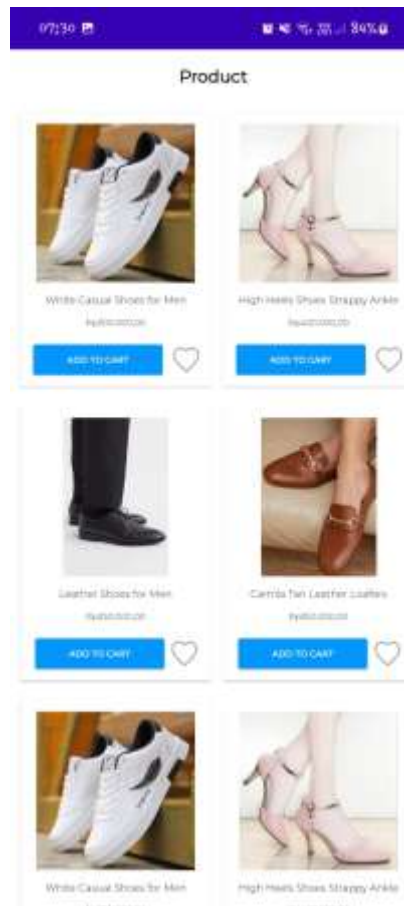
Halaman *Homepage* ini merupakan halaman pertama yang akan muncul pada saat *user* membuka aplikasi. Didalam halaman *homepage* ini akan memperlihatkan diskon yang ditawarkan, barang-barang yang paling sering dibeli oleh seluruh *user* dan juga kategori barang yang tersedia didalam aplikasi. Jika, kategori barang ini di *click* oleh *user* maka aplikasi akan menampilkan produk yang sesuai dengan kategori yang dipilih. Selain itu, didalam halaman *homepage* ini juga terdapat fitur keranjang belanja dan notifikasi. Tampilan halaman *homepage* dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut.



Gambar 4.2 Halaman Homepage

b) Halaman Produk

Halaman Produk ini akan menampilkan gambar produk, nama produk beserta dengan harga produk. Selain itu *user* dapat menambahkan produk kedalam keranjang jika ingin membeli produk tersebut atau dapat melakukan *favorite* jika menyukai produk tetapi belum ingin memasukkan produk kedalam keranjang. *User* juga dapat melihat data produk yang lebih rinci apabila mengklik pada gambar produk. Tampilan halaman produk dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut.



Gambar 4.3 Halaman Produk

c) Halaman Detail Produk

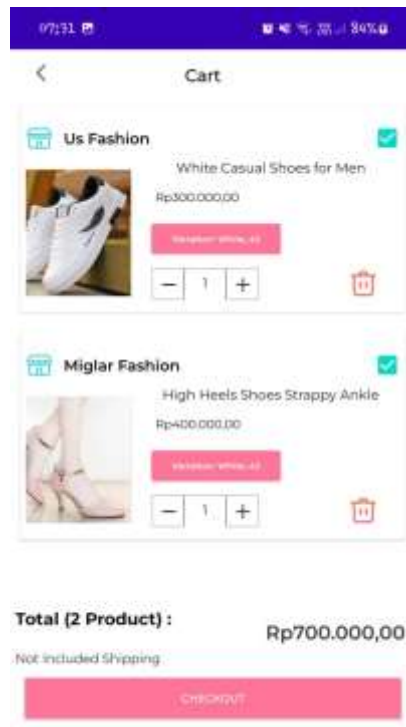
Halaman Detail Produk ini akan menampilkan data yang lebih detail mengenai produk seperti stock produk, ukuran yang tersedia, jumlah produk terjual dan deskripsi produk beserta dengan toko yang menjual. Pada halaman detail produk ini juga *user* dapat berkomunikasi kepada penjual melalui fitur *chat seller* atau bisa mengunjungi toko dari penjual melalui kunjungi toko. *User* juga dapat menambahkan barang kedalam keranjang melalui fitur *add to cart* dan juga dapat langsung membeli produk melalui fitur *buy now*. Tampilan halaman detail produk dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut.



Gambar 4.4 Halaman Detail Produk

d) Halaman Keranjang Belanja

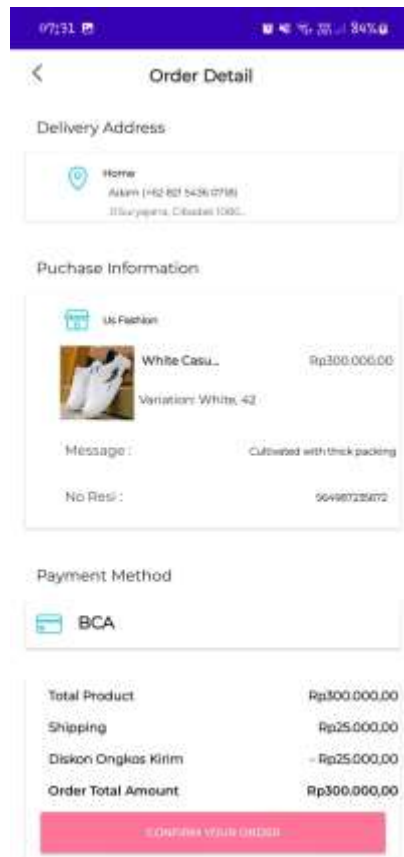
Halaman Keranjang Belanja ini akan menampilkan seluruh produk yang telah di masukkan kedalam keranjang belanja oleh *user*. Didalam halaman ini juga *user* dapat menghapus produk jika sudah tidak tertarik untuk membeli produk, dan jika *user* belum ingin membeli produk tersebut untuk saat ini maka user bisa melakukan *un-checklist* yang terletak disebelah nama toko. Total dari harga belanjaan beserta dengan total produk yang dibeli juga dapat dilihat pada bagian bawah. Jika data produk yang ingin dibeli sudah benar maka *user* dapat melakukan checkout. Tampilan halaman keranjang belanja dapat dilihat pada gambar 4.5 berikut.



Gambar 4.5 Halaman Keranjang Belanja

e) Halaman Detail Order

Halaman Detail Order ini akan menampilkan alamat pengiriman, informasi pembelian, pesan dan nomor resi. Didalam alamat pengiriman akan dicantumkan juga nama penerima. Pada halaman ini *user* juga dapat memilih metode pembayaran yang ingin digunakan, beserta dengan rincian dari total yang harus dibayar oleh *user*. Jika semua data sudah benar maka *user* bisa memilih fitur *confirm your order* untuk melakukan pembayaran. Tampilan halaman detail order dapat dilihat pada gambar 4.6 berikut.



Gambar 4.6 Halaman Detail Order

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Rosyid, Kurnia Noviarti, Syahril, Achmad Rizalul (2021), Investasi Digital Sebagai Solusi Mengurangi Perilaku Konsumtif Milenial Masa Pandemi Covid-19. E-ISSN: 2598-9618
- Azizah Aprilia Utami (2020), Pengaruh Edukasi Pasar Modal, Ekspektasi Return, Persepsi Resiko, Motivasi Pada Minat Investasi Mahasiswa. Skripsi: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2020
- Caecilia Westi Sekar Wangi & Maulidya Putri Indah Sari, Caecilia Westi (2017), Antusiasme Pemuda Indonesia Dalam Gerakan Investasi Sebagai Dampak atas Kemajuan Teknologi Internet. Universitas Gadjah Mada
- Findri Firdhausa & Rani Apriani (2021), Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi di Pasar Modal. "Supremasi Hukum" Volume 17 Nomor 2, Juli 2021
- Kus Tri Dianavera, Toto Aminoto, Bagus Styoko, Gatot Prabantoro, Zulkarnaini, Megayai (2020), Analisa Faktor Tingkat Keberhasilan Digital Marketing Lewat Media Sosial Facebook. Penelitian di Jatisari Jatiasih Kota Bekasi
- M.Rachman Mulyandi & Veny Anindya Puspitasari (2018) Industri Kreatif, Media Sosial, dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan, e-ISSN No: 2622-7436
- Sinta, M. (2021). Praktik Pengembalian Barang Sebagai Reseller Marketplace Yang Tidak Sesuai Ekspektasi (Studi Kasus di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto) (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Siti Nurhanifah (2021) Pengaruh Media Sosial Instagram IDX Riau Terhadap Minat Investor Berinvestasi di Galeri Investasi Syariah-BEI Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. Skripsi: Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru, 2021
- Sofyan, R., Rahmadona, R., Lerem, S. H., & Firmansyah, R. (2021, October). Pemanfaatan Digitalisasi Sebagai Media Pemasaran Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). In Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE) (Vol. 1, No. 8).

Tirtayasa, S., Nadra, I., & Khair, H. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM dimoderasi Teknologi pada masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(2).