

**PERANCANGAN BISNIS PLATFORM STYLEBID
SEBAGAI LAYANAN JASA LELANG ONLINE UNTUK**

FASHION PRELOVED & THRIFTING

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Strata Satu Informatika



Disusun oleh:

Mohammad Zundan Assyafi'i Nica PutrawaN
21106050041

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2025

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Zundan Assyafi'i Nica Putrawan
NIM : 21106050041
Program Studi : Informatika
Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul "**Perancangan** Bisnis Platform StyleBid sebagai Layanan Jasa Lelang Online untuk Fashion Preloved & Thrifting" merupakan hasil karya saya sendiri, tidak terdapat pada karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Berdasarkan pernyataan tersebut, Tugas Akhir ini saya ajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Yogyakarta, 26 Mei 2025



Mohammad Zundan Assyafi'i Nica Putrawan

NIM. 21106050041

SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Hal : Surat Persetujuan Tugas Akhir

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, mengoreksi, serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa

Tugas Akhir saudara:

Nama : Mohammad Zundan Assyafi'i Nica Putrawan

NIM : 21106050041

Judul Tugas Akhir : Perancangan Bisnis Platform Style Bid Sebagai Layanan
Jasa Lelang Online Untuk Fashion Preloved & Thrifting

sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Program Studi Informatika.

Dengan ini kami berharap agar Tugas Akhir tersebut dapat segera di-munaqasyahkan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 Juni 2025

Pembimbing,



Dr. Agus Mulyanto, S.Si., M.Kom., ASEAN Eng.

NIP. 19710823 199903 1 003

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 540971 Fax. (0274) 519739 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1148/Un.02/DST/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : Perancangan Bisnis Platform StyleBid Sebagai Layanan Jasa Lelang Online Untuk Fashion Preloved & Thrifting

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MOHAMMAD ZUNDAN ASSYAFI'NICA
PUTRAWAN
Nomor Induk Mahasiswa : 21106050041
Telah diujikan pada : Kamis, 12 Juni 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 6850d28c2d15b

Ketua Sidang

Dr. Agus Mulyanto, S.Si., M.Kom., ASEAN Eng.
SIGNED



Valid ID: 6850aeb566815

Penguji I

Ir. Muhammad Didik Rohmad Wahyudi, S.T.,
MT.
SIGNED



Valid ID: 685018ec02d53

Penguji II

Muhammad Galih Wonosoeto, M.T.
SIGNED



Valid ID: 6850ea8a661d9

Yogyakarta, 12 Juni 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si.
SIGNED

PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

Tugas akhir ini tidak dipublikasikan, tetapi tersedia di perpustakaan dalam lingkungan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, diperkenankan dipakai sebagai referensi kepustakaan, tetapi pengutipan harus seizin penyusun, dan harus menyebutkan sumbernya sesuai dengan kebiasaan ilmiah. Dokumen tugas akhir ini merupakan hak milik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis menyampaikan rasa syukur yang mendalam atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul " Perancangan Bisnis Platform StyleBid Sebagai Layanan Jasa Lelang Online Untuk Fashion Preloved & Thrifting ".

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan yang agung, yang telah membawa umat manusia dari masa kejahiliyahan menuju era ilmu pengetahuan dan peradaban. Semoga kita semua termasuk golongan yang mendapatkan syafaat beliau di hari akhir.

Tugas akhir ini merupakan hasil dari proses yang panjang dan menantang, yang menguji ketekunan, konsistensi, serta semangat belajar penulis. Segala pencapaian dalam proses ini tidak lepas dari bimbingan, doa, dan dukungan banyak pihak yang telah memberikan kontribusi berarti, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si., selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Mustakim, S.T. M.T., selaku Ketua Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga.
4. Bapak Dr. Ir. Aulia Faqih Rifa'i, M.Kom., selaku dosen penasihat akademik yang telah membimbing penulis selama masa studi.
5. Dr. Agus Mulyanto, S.Si., M.Kom., ASEAN Eng. selaku pembimbing tugas akhir yang dengan sabar memberikan arahan, masukan, dan dukungan dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Informatika UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta, Ibu Endang Yuni Astuti dan Bapak Sutopo Catur Putrawan, atas segala doa, kasih sayang, serta dukungan yang tak pernah henti hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan tinggi ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan Informatika angkatan 2021 yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis, khususnya dalam memberikan semangat dan kebersamaan selama kuliah.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki berbagai kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan menjadi dasar pengembangan lebih lanjut.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa terima kasih dan penghormatan, saya persembahkan tugas akhir ini kepada kedua orang tuaku yang tercinta, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang tanpa syarat dalam setiap langkah perjalanan hidupku. Terima kasih atas segala pengorbanan, dukungan, dan kepercayaan yang tak pernah berakhir. Tugas akhir ini juga saya dedikasikan untuk diriku sendiri, sebagai bentuk penghargaan atas keteguhan hati, kerja keras, dan tekad yang tak pernah padam dalam menghadapi setiap tantangan hingga akhirnya aku dapat mencapai titik ini.



MOTTO

*“Stop Trying to Be Like By Everybody You Don't Even Like
Everybody.”*



INTISARI

StyleBid adalah platform lelang online yang dirancang khusus untuk industri fashion preloved dan thrift. Tujuan utama dari StyleBid adalah untuk menyediakan solusi bagi konsumen yang ingin membeli dan menjual barang fashion bekas secara efisien, aman, dan transparan. Platform ini menggabungkan sistem lelang yang memungkinkan pembeli untuk mendapatkan produk berkualitas dengan harga yang lebih kompetitif, sementara penjual dapat memasarkan produk mereka secara cepat dan efektif. Selain itu, StyleBid juga memastikan keaslian produk dengan menyediakan sistem verifikasi keaslian produk untuk memberikan rasa aman bagi para pembeli. StyleBid mempunyai visi menciptakan ekosistem belanja fashion berkelanjutan di Indonesia, di mana produk *fashion preloved* dapat diperdagangkan secara digital melalui sistem lelang yang interaktif dan aman. Platform ini mendukung gaya hidup berkelanjutan dengan mempromosikan penggunaan barang bekas yang masih memiliki nilai ekonomis tinggi, mengurangi dampak negatif dari industri fast fashion, dan memberikan peluang bagi konsumen untuk membeli barang bermerek dengan harga yang lebih terjangkau. Manfaat utama StyleBid adalah memfasilitasi penjual untuk menjangkau audiens lebih luas melalui lelang online yang transparan, meningkatkan keterlibatan konsumen, dan memperluas pasar fashion preloved di Indonesia, seiring meningkatnya kesadaran terhadap keberlanjutan dan dampak lingkungan.

Kata Kunci: StyleBid, Platform Lelang Online, Fashion preloved dan thrift, Verifikasi Keaslian Produk

ABSTRACT

StyleBid is an online auction platform specifically designed for the preloved and thrift fashion industry. The main goal of StyleBid is to provide a solution for consumers who want to buy and sell second-hand fashion items efficiently, securely, and transparently. This platform combines an auction system that allows buyers to acquire high-quality products at more competitive prices, while sellers can market their products quickly and effectively. Additionally, StyleBid ensures the authenticity of products by providing an authentication verification system, offering buyers peace of mind. StyleBid envisions creating a sustainable fashion shopping ecosystem in Indonesia, where preloved fashion items can be traded digitally through an interactive and secure auction system. The platform supports a sustainable lifestyle by promoting the use of second-hand goods with high economic value, reducing the negative impact of the fast fashion industry, and providing consumers with opportunities to purchase branded items at more affordable prices. The main benefits of StyleBid include facilitating sellers to reach a wider audience through a transparent online auction, increasing consumer engagement, and expanding the preloved fashion market in Indonesia, in line with the growing awareness of sustainability and environmental impact.

Keywords: *StyleBid, Online Auction Platform, Preloved and Thrift Fashion, Product Authentication Verification*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
INTISARI	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Rancangan Bisnis.....	5
1.5 Manfaat Rancangan Bisnis.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1 Landasan Teori.....	10
2.2 Platform Lelang Online.....	10
2.3 Sustainable Fashion.....	11
2.4 Kepercayaan Konsumen dalam Transaksi Online	12

2.5 Perilaku Konsumen dalam Proses Lelang Online	13
2.6 Barang Preloved	13
2.7 Thrifting	14
2.8 Figma.....	15
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN BISNIS.....	16
3.1 Tahap analisis Industri	16
3.2 Tahap Penetapan Deskripsi Perusahaan.....	19
3.3 Tahap Analisis Pasar	21
3.4 Tahap Analisis Perekonomian Bisnis.....	23
3.5 Tahap Penetapan Strategi Pasar	24
3.6 Tahap pembuatan Rencana Desain dan Pengembangan	26
3.7 Tahap Analisis Rencana Operasi	27
3.8 Tahap Penetapan Jadwal Keseluruhan	28
3.9 Tahap Penetapan Proyeksi Keuangan	29
3.10 Analisis Kelayakan Usaha.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Ringkasan Eksekutif.....	32
4.2 Analisis Industri	33
4.2.1 Ukuran Industri, Pertumbuhan Industri, dan Proyeksi Penjualan	35
4.2.2 Struktur Industri.....	45
4.2.3 Faktor Kunci Keberhasilan.....	49
4.2.4 Tren Industri	51
4.2.5 Prospek Jangka Panjang	53
4.3 Deskripsi Perusahaan	55
4.4 Pasar	57

4.4.1 Target Pasar Yang Dituju	60
4.4.2 Analisis Kompetitor.....	62
4.5 Ekonomi Bisnis	62
4.6 Rencana Pemasaran.....	65
4.7 Rencana Desain dan Pengembangan.....	69
4.7.1 Alasan Penggunaan Cloud.....	71
4.7.2 Infrastruktur Sistem Cloud	74
4.7.3 User Interface Mobile.....	76
4.8 Rencana Operasi.....	85
4.8.1 Pendekatan Umum untuk Operasi	85
4.8.2 Fasilitas dan Peralatan	87
4.8.3 Sumber Daya Manusia	88
4.8.4 Status dan Tugas Pengembangan	89
4.8.5 Tantangan dan Risiko	91
4.8.6 Proyeksi Biaya Pengembangan	93
4.9 Jadwal Keseluruhan	98
4.10 Proyeksi Keuangan.....	100
4.10.1 Laporan Sumber dan Penggunaan Dana	100
4.10.2 Laporan Laba Rugi Proforma.....	101
4.11 Analisis Kelayakan Usaha.....	103
4.11.1 Break Event Point.....	103
4.11.2 Payback Period	105
4.11.3 Net Present Value (NPV)	106
4.11.4 Internal Rate of Return (IRR).....	108
4.11.5 Hasil Penilaian.....	109
BAB V PENUTUP	110

5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	114
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	120



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Statistik Pengguna E-Commerce di Indonesia	35
Gambar 4. 2 Perbandingan Pengguna IBID dan Lelang.go.id ..	38
Gambar 4. 3 Preferensi belanja online masyarakat indonesia...	39
Gambar 4. 4 Pendapatan Murda Thrift.....	42
Gambar 4. 5 Kenggulan sistem	48
Gambar 4. 6 Logo StyleBid.....	56
Gambar 4. 7 Gambaran Umum Aplikasi.....	74
Gambar 4. 8 Halaman Login dan Sign Up	76
Gambar 4. 9 Halaman Utama.....	77
Gambar 4. 10 Halaman Semua barang.....	78
Gambar 4. 11 Halaman Informasi Produk	79
Gambar 4. 12 Halaman Penawaran	80
Gambar 4. 13 Halaman Pendaftaran Lelang	82
Gambar 4. 14 Riwayat Pembelian dan Penjualan	83
Gambar 4. 15 Halaman Buy Now	84

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Proyeksi Pelelangan Barang Milik Seller tahun 2026-2030.....	43
Tabel 4. 2 Proyeksi Pelelangan Barang Milik StyleBid.....	44
Tabel 4. 3 Kelebihan dan Kekurangan Kompetitor.....	46
Tabel 4. 4 Prospek Jangka Panjang.....	53
Tabel 4. 5 Pendekatan Umum Operasi.....	86
Tabel 4. 6 Daftar Aktifitas.....	89
Tabel 4. 7 Tabel Biaya Pengembangan Aplikasi	94
Tabel 4. 8 Proyeksi Biaya Tetap	96
Tabel 4. 9 Pembelian Stock Barang	97
Tabel 4. 10 Proyeksi Biaya Variabel.....	97
Tabel 4. 11 Jadwal Keseluruhan Proyek	98
Tabel 4. 12 Penggunaan Dana.....	101
Tabel 4. 13 Laporan Laba Rugi Pertahun	102
Tabel 4. 14 Akumulasi Laba Bersih.....	106
Tabel 4. 15 Hasil Penilaian Studi Kelayakan Bisnis	109

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah cara masyarakat melakukan transaksi jual beli. Dengan berkembangnya platform e-commerce, semakin banyak masyarakat yang beralih dari belanja konvensional ke belanja online. Saat ini, berbagai jenis produk, mulai dari barang elektronik, kebutuhan rumah tangga, hingga produk fashion, dapat dengan mudah diperoleh melalui platform digital, tanpa memerlukan interaksi tatap muka antara pembeli dan penjual [1]. Salah satu segmen yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam sektor *e-commerce* adalah pasar *fashion preloved* dan *thrift*. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap dampak lingkungan dari industri *fashion*, barang-barang *preloved* (bekas) semakin diminati.[2].

Industri *fashion* adalah salah satu penyumbang terbesar polusi lingkungan, dan penggunaan kembali barang-barang *fashion* merupakan salah satu solusi untuk mengurangi limbah. Konsumen tidak hanya mendapatkan harga yang lebih terjangkau, tetapi juga mendukung prinsip-prinsip nilai ekonomis dan berdampak positif pada lingkungan Dengan membeli produk *thrift* [3]. Meskipun pasar *thrift* memiliki potensi yang besar, terdapat berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan

pasar ini. Tantangan pertama adalah kepercayaan konsumen terkait kualitas dan keaslian produk yang dijual. Banyak konsumen yang merasa ragu untuk membeli barang *preloved* karena khawatir dengan kondisi barang atau keasliannya, terutama untuk barang bermerek. Selain itu, konsumen sering kali menemui kendala dalam menemukan platform yang dapat menjamin keamanan transaksi, yang mencakup aspek keaslian produk dan kepercayaan terhadap penjual [4].

Di sisi lain, para penjual yang ingin memasarkan produk *thrift* mereka juga menghadapi tantangan dalam menemukan pembeli yang tepat dalam waktu yang singkat. proses penjualan barang bekas biasanya membutuhkan waktu lebih lama dibandingkan dengan produk baru. Tantangan ini menjadi penghambat bagi para penjual yang ingin mendapatkan keuntungan cepat. Untuk mengatasi masalah-masalah tersebut. Salah satu solusi adalah membuat sistem lelang online yang dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan mempercepat proses penjualan. Sistem lelang memungkinkan pembeli untuk mendapatkan barang dengan harga yang kompetitif sekaligus memberikan keuntungan bagi penjual dalam bentuk penjualan cepat. model lelang online menciptakan daya tarik tersendiri bagi konsumen karena pengalaman kompetitif yang menyenangkan dan kesempatan untuk mendapatkan barang berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau [5]. Selain itu, dengan adanya verifikasi keaslian untuk menjamin bahwa produk yang dilelang

adalah asli dan berkualitas. Dengan adanya fitur ini, platform dapat membangun kepercayaan konsumen dan mengurangi kekhawatiran terkait produk palsu atau barang yang tidak sesuai deskripsi [6].

Dalam Jurnal yang dibual oleh Zainal (2023) transaksi jual-beli adalah salah satu aktivitas lazim yang sering dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, dan salah satu contohnya adalah melalui metode lelang. Saat ini, lelang sendiri telah mengadopsi platform daring, memudahkan para penyelenggara lelang untuk mendapatkan penawaran tertinggi dari berbagai lokasi yang berjauhan. Praktik lelang melalui platform daring sudah umum dilakukan oleh penduduk Indonesia, termasuk melalui sarana Instagram. Namun, pendekatan ini memiliki beberapa kelemahan yang mengganggu para pelaku lelang daring. Perkembangan industri mode turut berperan sebagai penggerak ekonomi kreatif di Indonesia. Berdasarkan peraturan tentang impor pakaian bekas yang diterbitkan oleh Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 tentang perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan No 18/2021 tentang Barang Dilarang Ekspor dan Barang Dilarang Impor, Pelarangan impor pakaian bekas ini dalam rangka melindungi para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Kebijakan ini menimbulkan keresahan di kalangan pedagang yang selama ini sangat bergantung dari penjualan baju bekas impor [7]. Maka di StyleBid kita tidak hanya melelang barang – barang yang di

impor dari luar negeri, tetapi juga bisa melelangkan produk dalam negeri.

Layanan verifikasi keaslian produk menjadi elemen penting dalam e-commerce modern, terutama untuk produk-produk bermerek yang rawan pemalsuan. Dengan adanya fitur verifikasi ini, konsumen dapat merasa lebih aman dan percaya bahwa produk yang mereka beli melalui platform adalah sesuai dengan ekspektasi mereka. Secara keseluruhan, konsep platform lelang online untuk barang fashion dan thrift ini menawarkan solusi yang tepat terhadap berbagai masalah yang dihadapi dalam pasar preloved. Dengan memberikan akses pada barang-barang berkualitas dengan harga yang kompetitif serta memastikan keaslian produk, platform ini diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen dan mempercepat proses transaksi bagi penjual. Lebih dari itu, platform ini mendukung tren gaya hidup berkelanjutan yang saat ini semakin diminati oleh masyarakat, terutama di kalangan generasi muda [8].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam perancangan aplikasi ini adalah:

- 1) Bagaimana konsep platform lelang online dapat menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk fashion preloved dan thrift?

- 2) Apa saja tantangan yang dihadapi oleh penjual dan pembeli dalam transaksi produk fashion preloved dan thrift melalui platform e-commerce?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan perancangan, beberapa batasan masalah ditetapkan sebagai berikut:

- 1) Lingkup Produk : Penelitian ini akan berfokus pada produk fashion preloved atau thrift , seperti pakaian, sepatu, dan aksesoris bermerek. Produk-produk lain di luar kategori fashion tidak akan dibahas dalam penelitian ini.
- 2) Platform : Penelitian hanya akan membahas platform lelang online sebagai media transaksi, tanpa mencakup platform e-commerce konvensional
- 3) Perancangan bisnis ini akan terbatas pada pengembangan antarmuka aplikasi StyleBid beserta perencanaan bisnisnya.
- 4) Penelitian ini fokus pada perancangan model bisnis StyleBid dengan analisis kelayakan finansial, mencakup estimasi biaya pengembangan, proyeksi pendapatan, serta analisis investasi yang diperlukan.

1.4 Tujuan Rancangan Bisnis

Tujuan dari perancangan jasa lelang online diantara lain yaitu:

- 1) Mengembangkan platform lelang online yang menawarkan kemudahan akses dan pengalaman berbelanja yang menarik bagi konsumen yang mencari barang preloved dan thrift berkualitas dengan harga yang kompetitif.
- 2) Mengimplementasikan mekanisme lelang yang efisien untuk membantu penjual menjual barang mereka dalam waktu singkat, serta memberikan konsumen kesempatan untuk mendapatkan barang dengan harga yang kompetitif.
- 3) Memastikan Keaslian dan Kualitas Barang Menyediakan sistem pemeriksaan keaslian untuk setiap item yang dijual, guna memberikan jaminan kepada pembeli bahwa barang yang mereka beli adalah asli dan dalam kondisi baik.

1.5 Manfaat Rancangan Bisnis

Hasil perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan, antara lain:

- 1) Konsumen dapat menemukan berbagai barang fashion berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau melalui lelang online. Proses lelang memberikan kesempatan bagi konsumen untuk membeli barang dengan harga yang kompetitif, karena mereka dapat menetapkan harga yang sesuai dengan penawaran yang mereka buat.
- 2) Mendorong pembelian barang thrift membantu mengurangi limbah dan dampak negatif dari industri

fashion fast fashion. Edukasi konsumen tentang keberlanjutan dan manfaat dari membeli barang bekas dapat mengubah pola pikir dan perilaku belanja mereka.

- 3) Platform dapat menghasilkan pendapatan melalui komisi dari setiap transaksi yang berhasil, menciptakan model bisnis yang berkelanjutan. Kesempatan untuk mengembangkan fitur baru yang menarik bagi pengguna, seperti sistem rekomendasi dan pengalaman berbelanja yang lebih baik.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan perancangan bisnis platform StyleBid sebagai layanan lelang online khusus fashion preloved dan thrift, dapat disimpulkan bahwa bisnis ini memiliki potensi yang sangat besar dan layak untuk dijalankan. Salah satu indikator utama adalah pertumbuhan jumlah pelelangan barang yang terus meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Hal ini mencerminkan adanya peningkatan minat dan kepercayaan konsumen serta penjual terhadap mekanisme lelang online sebagai metode transaksi yang efisien dan menarik. Pertumbuhan ini juga menunjukkan keberhasilan strategi pemasaran serta edukasi pasar yang telah diterapkan, sehingga semakin banyak pengguna yang aktif berpartisipasi dalam proses lelang. Selain itu, pasar fashion preloved sendiri terus berkembang pesat karena semakin tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup berkelanjutan dan kebutuhan untuk mendapatkan produk bermerek dengan harga lebih terjangkau.

Model bisnis StyleBid yang menggabungkan sistem lelang interaktif dan fitur verifikasi keaslian produk memberikan diferensiasi yang kuat dibandingkan platform lain, sekaligus membangun kepercayaan pengguna secara konsisten. Dari sisi finansial, proyeksi keuangan yang meliputi Break Even Point (BEP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR),

dan Payback Period, menunjukkan bahwa investasi pada StyleBid menguntungkan dan modal dapat kembali dalam waktu yang wajar.

Berdasarkan analisis kelayakan usaha dan kelayakan investasi yang sudah penulis lakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Break Even Point (BEP) menunjukkan bahwa StyleBid akan mencapai titik impas dalam waktu yang realistis, dengan pendapatan yang setelah beberapa tahun lebih besar dari total biaya operasional dan investasi.
- 2) *Payback Period* (PP) memperlihatkan bahwa modal investasi akan kembali dalam waktu 2 tahun 5 bulan, yang merupakan periode yang wajar untuk bisnis startup digital.
- 3) *Net Present Value* (NPV) bernilai positif, yang berarti nilai sekarang dari arus kas masa depan lebih besar daripada investasi awal, menandakan bisnis ini menguntungkan secara finansial.
- 4) *Internal Rate of Return* (IRR) melebihi tingkat diskonto yang digunakan sebagai standar pengembalian minimum, menunjukkan investasi di StyleBid memberikan hasil yang menarik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran yang penulis usulkan, yakni diantaranya sebagai berikut :

- 1) Lakukan pembaruan teknologi dan perawatan server secara rutin, serta tingkatkan sistem keamanan data untuk menjaga kepercayaan pengguna dan menghindari downtime.
- 2) Monitor indikator keuangan dan operasional seperti BEP, NPV, IRR, dan arus kas secara rutin agar strategi bisnis selalu relevan dan dapat disesuaikan dengan kondisi pasar
- 3) Sediakan dana cadangan dan kelola arus kas dengan hati-hati untuk menghadapi ketidakpastian bisnis, terutama di masa awal pengembangan.
- 4) Lakukan kampanye edukasi mengenai kelebihan lelang online dan sustainable fashion secara konsisten, serta manfaatkan media sosial dan influencer untuk memperluas pasar.
- 5) Perkuat edukasi pasar mengenai keunggulan sistem lelang dan keberlanjutan fashion agar lebih banyak konsumen dan penjual memahami nilai tambah StyleBid, sekaligus memperluas basis pengguna melalui strategi pemasaran digital yang efektif.

Dengan mengikuti langkah-langkah tersebut, StyleBid dapat terus berkembang secara berkelanjutan, memberikan kontribusi positif bagi industri fashion

preloved di Indonesia, dan menjaga posisi sebagai platform
lelang online yang terpercaya dan inovatif.



DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rajib, A.B & Helmy Fitriawan (2013). “Sistem Lelang Online Berbasis Web. *Jurnal Rekayasa dan Teknologi Elektro*”, 7(3), 99-107.
- [2] Rifai, D., Fitri, S., Ramadhan, I. N., & Ramadan , R. (2022). Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 3(1), 49–52.
<https://doi.org/10.34306/abdi.v3i1.752>
- [3] Chanifathin, N & Ratna Suhartini (2020). “Dampak Fast Fashion dan Peran Desainer dalam Menciptakan Sustainable Fashion”. *Jurnal Online Tata Busana*, 9(2). 157-166
- [4] Msy. Aziza Septiani, Cholidi, & Deky Anwar. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Pembeli Thrifting dalam Perspektif Ekonomi Syariah: Studi Kasus di Pasar 3-4 Ulu Palembang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(6), 3770 –.
- [5] Irmawati (2016). “Penerapan Model Bisnis E-Commerce Pada Lelang Online. *Jurnal Ilmiah Fasilkom*”, 5(2). 103-106.
- [6] Pengembangan Sub Terminal Agribisnis (STA) dan Pasar Lelang Komoditas Pertanian dan Permasalahannya. (2016). *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 22(2), 102-112.
- [7] Abiddin, A. Z., Az-Zahra, H. M., & Wardani, N. H. (2023). Perancangan User Interface User Experience dengan Metode

Human Centered Design Aplikasi Mobile Fashion Branded Malang. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 7(7), 3421–3430.

[8] Rahardja, U., Aini, Q., Yusup, M., & Edliyanti, A. (2020). Penerapan Teknologi Blockchain Sebagai Media Pengamanan Proses Transaksi E-Commerce. *CESS (Journal of Computer Engineering, System and Science)*, 5(1), 28–32.

[9] Sudiantini, D. ., Adelia, L. ., Prastiwi, L., BR Kembaren, L. ., & Dwi Saiful Qhozi, M. . (2023). Manajemen Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Sebuah Kinerja UMKM. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1641–1650.

[10] Gunawan, L. E., & Santoso, H. B. (2017). Sistem Informasi Penjualan Dan Barter Barang Antik dan Koleksi. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi*, 3(1), 32–41.

[11] Hanifah, N. N. (2023). *Analisis Terhadap Jual Beli Barang Preloved Di Aplikasi Shopee Live Ditinjau Dari Hukum Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam (Studi Kasus Di Toko Qyula Preloved Jombang)* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).

[12] Fakhrurozi , M. . (2023). Peranan Pemerintah dan Strategi Pemasaran terhadap Penjualan UMKM Ecoprint Yasmin Wiwid Lampung. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3), 1676-1686.

- [13] Setiawan, A., Soelaiman, R., & Akbar, R. J. (2017). Rancang Bangun Aplikasi Pelelangan Online (E-Auction) berbasis Perangkat Bergerak Android. *Jurnal Teknik ITS*, 6(2), A529-A533.
- [14] Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan e-commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis–ISSN*, 2085(1375), 161-171.
- [15] Ardani, W. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40-47.
- [16] Aakko, M. (2013), "Designing Sustainable Fashion: Possibilities and Challenges", *Research Journal of Textile and Apparel*, Vol. 17 No. 1, pp. 13-22.
- [17] Nurna P. & Hilmiawan, Gigih, A. Implementasi Ekonomi Sirkular dalam Pengelolaan Sampah di Pemerintahan Desa Panggunharjo. *Jurnal Akuntansi*, [S.l.], v. 12, n. 1, p. 35 - 45, June 2024. ISSN 2540-9646.
- [18] Rizky, J (2021). "Pembuatan Busana Berkualitas Dari Limbah Tekstil Melalui Brand Cicloth Menggunakan Teknik Mixed Media". *Fashion And Fashion Education Journal* 10(2), 63-67
- [19] Arzaq K, N., & Hermawan, A. H. (2024). Analisis penerapan sustainable fashion dan trend forecasting 2023-2024 pada butik Wilsenwillim. *Islamic Economic and Business Journal*, 6(1), 15-35.

- [20] Olipian R. P., Wanda B, & Ela J. (2024). Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam Transaksi E-Commerce : Membangun Kepercayaan Konsumen. *Ebisnis Manajemen*, 2(4), 51–59.
- [21] Naufal, A (2022). “Analisis Hukum Islam Terhadap Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 Terhadap Jual Beli Thrifting”. *Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*
- [22] Ariely, D., & Simonson, I. (2003). Buying, bidding, playing, or competing? Value assessment and decision dynamics in online auctions. *Journal of Consumer psychology*, 13(1-2), 113-123.
- [23] Sudradjat, B., Doni, F. R. ., & Lukman, A. M. . (2024). Kepuasan Pengguna Web Lelang Online XYZ Menggunakan Metode Technology Acceptance Model. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 8(2), 475-484.
- [24] Putri, I. A. (2023). *Minat Beli Produk Preloved (Second-Hand) Fashion Di Kalangan Generasi Z* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- [25] Roux, D., & Guiot, D. (2008). Measuring Second-Hand Shopping Motives, Antecedents and Consequences. *Recherche et Applications En Marketing (English Edition)*, 23(4), 63-91.
- [26] Soenaryo, T. F., Bakti, M. I. P., Gleetus, A., & Yanto, H. D. (2024). Budaya Thrifting dalam Membentuk Daya Konsumsi Remaja. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 324–335.

- [27] Al-Faruq, M. N. M., Nur'aini, S., & Aufan, M. H. (2022). Perancangan Ui/Ux Semarang Virtual Tourism Dengan Figma. *Walisono Journal of Information Technology*, 4(1), 43-52.
- [28] Alfina, A., Lathifah, A., & Kurnia, U. I. (2024). Efektivitas Penggunaan Figma Sebagai Alat Prototyping Dalam Mata Kuliah Interaksi Manusia Dan Komputer. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (J-Diteksi)*, 3(2), 40-45.
- [29] Nika Nencyana Fadila, Raudhotul Alifah, & Andhita Risko Faristiana. (2023). Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa. *Lencana: Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 1(3), 278–291.
- [30] Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.id di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765.
- [31] Nicholas, C. D., (2024) Peluang Jadi Reseller Streetwear Branded, *Ejournal Atma Jaya*, 15(1)
- [32] Atifah, D. Q., Hindra Hastuti, N., & Mahar Rizqi, F. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Fashion Bekas/Thrift Shop Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kota Solo (Studi Kasus Pada Toko Murda Thrift): Studi Kasus Pada Toko Murda Thrift. *Solidaritas*, 7(2).

[33] Maruta, H. (2018). Analisis Break Even Point (BEP) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Bagi Manajemen. *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 2(1), 9-28. Retrieved from <https://ejournal.isnjbengkalis.ac.id/index.php/jas/article/view/129>

[34] Abuk, G., & Rumbino, Y. (2020). Analisis kelayakan ekonomi menggunakan metode net present value (NPV), metode internal rate of return (IRR) payback period (PBP) pada unit stone crusher di CV. X Kab. Kupang Prov. NTT. *Jurnal Teknologi*, 14(2), 68-75.

[35] Rahmawati, E., Wandani, E. R., Ramadani, H. E., Juniarti, E., & Maelani, M. (2022). Studi Kelayakan Finansial Usaha Puding Lamota: Pendekatan Net Present Value Dan Internal Rate of Return. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 10(3), 276-283.