

**PERANCANGAN DAN PENGUJIAN SISTEM INFORMASI BERBASIS
WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PRODUK DIMSUM DI
MIXSUM DIMSUM**

(Skripsi)

Oleh

**Ghina Syifa Hanun
2154231005**



**JURUSAN TEKNOLOGI HASIL PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRACT

DESIGN AND TESTING OF A WEBSITE-BASED INFORMATION SYSTEM AS A PROMOTIONAL MEDIA FOR DIMSUM PRODUCTS AT MIXSUM DIMSUM

By

Ghina Syifa Hanun

The food industry is currently developing rapidly, as evidenced by the increasing number of entrepreneurs implementing product innovations. Dimsum is an example of product innovation that is popular among people today. One of the dimsum shops in Bandar Lampung City is Mixsum Dimsum. The problem faced by Mixsum Dimsum is that it has not utilized a website-based information system. This research aims to design and test an information system based on the dimsum product website at Mixsum Dimsum. The method used is the Action Research method with 4 (four) stages, including planning, action planning, observation and reflection. System testing was carried out using the Black Box Testing and User Acceptance Testing (UAT) methods to assess the functionality and user satisfaction with the system. Test results showed that all system components function as expected and receive very good responses from users and admins, with an average satisfaction level of more than 85%. The implementation of this website is expected to increase promotional effectiveness, expand market reach, and support the growth of sales of dimsum products at Mixsum Dimsum.

Keyword: Black Box Testing, Information system, User Acceptance Testing, website

ABSTRAK

PERANCANGAN DAN PENGUJIAN SISTEM INFORMASI BERBASIS *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PRODUK DIMSUM DI MIXSUM DIMSUM

Oleh

Ghina Syifa Hanun

Industri makanan saat ini sedang berkembang pesat, dibuktikan dengan semakin banyak pelaku usaha yang melakukan inovasi produk. Dimsum adalah salah satu contoh inovasi produk yang populer di kalangan masyarakat pada zaman ini. Salah satu toko dimsum yang ada di Kota Bandar Lampung adalah Mixsum Dimsum. Permasalahan yang dihadapi oleh Mixsum Dimsum adalah belum memanfaatkan sistem informasi berbasis *website*. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perancangan dan pengujian sistem informasi berbasis *website* produk dimsum di Mixsum Dimsum. Metode yang digunakan adalah metode *Action Research* dengan 4 (empat) tahapan, diantaranya perencanaan, rencana tindakan, pengamatan, dan refleksi. Pengujian sistem dilakukan melalui metode *Black Box Testing* dan *User Acceptance Testing (UAT)* untuk menilai fungsionalitas dan kepuasan pengguna terhadap sistem. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh komponen sistem berfungsi sesuai harapan dan mendapatkan respons sangat baik dari pengguna (*user*) dan admin, dengan tingkat kepuasan rata-rata lebih dari 85%. Implementasi *website* ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas promosi, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung pertumbuhan penjualan produk dimsum di Mixsum Dimsum.

Kata Kunci: *Black Box Testing*, Sistem informasi, *User Acceptance Testing website*

**PERANCANGAN DAN PENGUJIAN SISTEM INFORMASI BERBASIS
WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PRODUK DIMSUM DI
MIXSUM DIMSUM**

Oleh

GHINA SYIFA HANUN

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA TEKNOLOGI PERTANIAN**

Pada

**Jurusan Teknologi Hasil Pertanian
Fakultas Pertanian**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul : **PERANCANGAN DAN PENGUJIAN SISTEM INFORMASI BERBASIS *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PRODUK DIMSUM DI MIXSUM DIMSUM**

Nama : **Ghina Syifa Hanun**

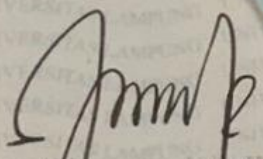
Nomor Pokok Mahasiswa : **2154231005**

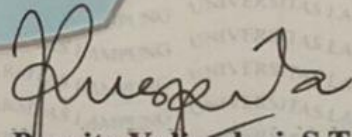
Jurusan : **Teknologi Hasil Pertanian**

Fakultas : **Pertanian**

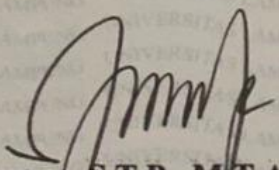


1. **Komisi Pembimbing**


Dr. Erdi Suroso, S.T.P., M.T.A., C.EIA.
NIP. 197210061998031005


Puspita Yulhandari, S.T.P., M. Si.
NIP. 198107022015042001

2. **Ketua Jurusan Teknologi Hasil Pertanian**

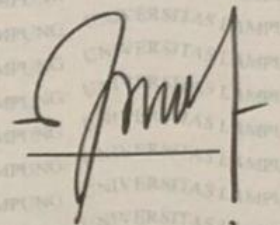

Dr. Erdi Suroso, S.T.P., M.T.A., C.EIA.
NIP. 197210061998031005

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

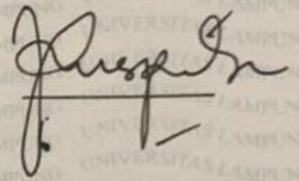
Ketua

: Dr. Erdi Suroso, S.T.P., M.T.A., CEIA.



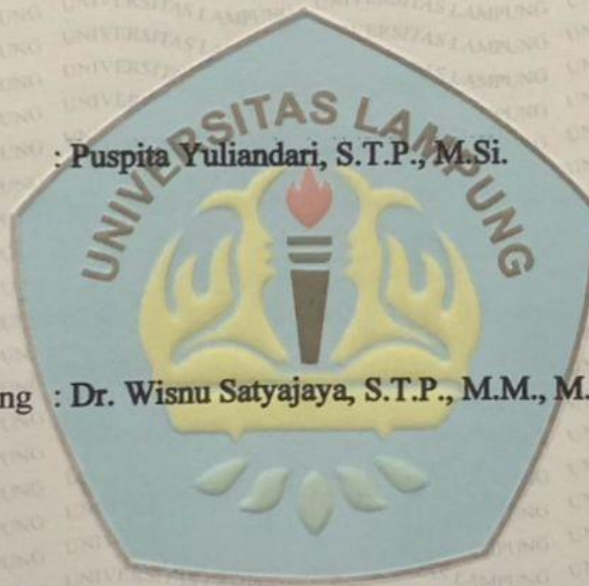
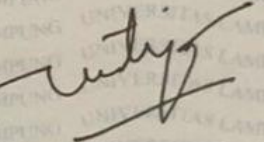
Sekretaris

: Puspita Yulindari, S.T.P., M.Si.



Penguji

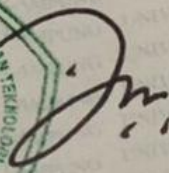
Bukan Pembimbing : Dr. Wisnu Satyajaya, S.T.P., M.M., M.Si., M.Phil.



2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP. 196411181989021002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juni 2025

PERNYATAAN KEASLIAN HASIL KARYA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ghina Syifa Hanun

NPM : 2154231005

Dengan ini menyatakan bahwa apa yang tertulis dalam karya ilmiah ini adalah hasil kerja sendiri yang berdasarkan pada pengetahuan dan informasi yang telah saya dapatkan. Karya ilmiah ini tidak berisi materi yang telah dipublikasikan sebelumnya atau dengan kata lain bukanlah hasil plagiat karya orang lain.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dan dapat dipertanggungjawabkan. Apabila dikemudian hari terdapat kecurangan dalam karya ini, maka saya siap mempertanggungjawabkannya.

Bandar Lampung, 24 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



METERAI
TEMPEL
2000
90824AMX291875750

Ghina Syifa Hanun
2154231005

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrahim

Alhamdulillahil rabbil'alamiin, puji serta syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Perancangan dan Pengujian Sistem Informasi Berbasis *Website* Sebagai Media Promosi Pada Produk Dimsum Di Mixsum Dimsum”** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknologi Hasil Pertanian pada Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis seringkali mengalami kesulitan, penulis mendapatkan banyak dukungan, saran, bimbingan, serta doa terbaik selama penyusunan skripsi. Dalam proses menyelesaikan skripsi ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada berbagai pihak di antaranya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Erdi Suroso, S.T.P., M.T.A., C.EIA., selaku Ketua Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung sekaligus Dosen Pembimbing Pertama yang telah membimbing, memberi arahan, saran, dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Prof. Dr. Ir. Sri Hidayati. M.P., selaku Koordinator Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
4. Ibu Puspita Yuliandari, S.T.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua sekaligus Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan dukungan, bimbingan, serta saran kepada penulis selama penyusunan proposal penelitian hingga penyelesaian skripsi.

5. Bapak Dr. Wisnu Satyajaya. S.T.P., M.M., M.Si., M.Phil., selaku Dosen Pembahas yang senantiasa memberikan masukan dan saran kepada penulis selama penyusunan proposal hingga penyelesaian skripsi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pengajar, Staf, dan Karyawan di Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung yang telah mengajari, membimbing, dan membantu administrasi dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Pihak Mixsum Dimsum tanpa terkecuali yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di Mixsum Dimsum.
8. Cinta pertama serta panutanku, Ayahanda Komarudin dan pintu surgaku Ibunda Lily Triwahyuni. Terimakasih atas segala pengorbanan serta tulus kasih yang diberikan. Mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan sampai meraih gelar sarjana. Semoga ayah dan ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
9. Adik perempuan penulis, Jihan Farah Inaya yang selalu menemani penulis serta memberikan dukungan, kasih sayang, dan semangat dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan, pengurus HMJ THP FP Unila angkatan 2021 (Galuh, Alfian, Intan, Duta, Naufal, Gani, Zalfa, Barok, Alief, dan Yosnita) yang telah memberikan dukungan, motivasi, bantuan, serta membantu penulis dalam keadaan suka ataupun duka hingga skripsi ini terselesaikan.
11. .Teman-teman penulis sejak Sekolah Menengah Atas (Aqilah, Mulya, Umi dan Bila), terima kasih selalu ada dalam suka maupun duka dan senantiasa selalu memberikan *support* kepada penulis.
12. Teman-teman sebangkuan (Lisa Merlinda, Lisa Apriana, Vania Marta, Btari Vio), terima kasih selalu ada dalam suka maupun duka dan senantiasa selalu memberikan *support* kepada penulis.

Penulis berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Bandar Lampung, 13 Juni 2025
Penulis

Ghina Syifa Hanun
2154231005

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang dan Masalah.....	1
1.2 Tujuan Penelitian	3
1.3 Kerangka Pemikiran	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Dimsum.....	6
2.2 Media Promosi.....	7
2.3 Sistem Informasi	8
2.4 Internet dan <i>Website</i>	8
2.5 CMS Wordpress.....	9
2.6 <i>Black Box Testing</i>	10
2.7 <i>User Acceptance Testing</i>	11
III. METODE PENELITIAN	12
3.1 Waktu dan Tempat.....	12
3.2 Bahan dan Alat.....	12
3.3 Metode Penelitian	12
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	14
3.5 Proses Pembuatan <i>Website</i>	15
3.6 Metode Pengujian Sistem	17
3.7.1 Pengujian <i>Black Box Texting</i>	17
3.7.2 Pengujian <i>User Acceptance Testing</i> (UAT)	18

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
Error! Bookmark not defined.	
4.1 Analisis Kebutuhan Sistem.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Kebutuhan Fungsional.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Kebutuhan Non Fungsional.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Proses Perancangan <i>Website</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Melakukan Pembelian <i>Hosting</i> dan <i>Domain</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Instalasi Wordpress.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Pemilihan <i>Plugin</i> yang Dibutuhkan.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Perancangan Sistem Informasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Implementasi Sistem Informasi	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Halaman Admin.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Halaman <i>User</i>	Error! Bookmark not defined.
4.5 Pengujian Sistem.....	Error! Bookmark not defined.
4.6 Hasil Pengujian <i>Black Box</i>	Error! Bookmark not defined.
4.6.1 Hasil Pengujian <i>Black Box</i> Beranda (Halaman Utama)	Error! Bookmark not defined.
4.6.2 Hasil Pengujian <i>Black Box</i> Halaman Kontak Kami	Error! Bookmark not defined.
4.6.3 Hasil Pengujian <i>Black Box</i> Halaman Produk.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.4 Hasil Pengujian <i>Black Box</i> Halaman Keranjang (<i>Cart</i>)	Error! Bookmark not defined.

4.6.5	Hasil Pengujian <i>Black Box</i> Halaman <i>Checkout</i>	
	Error! Bookmark not defined.	
4.7	Hasil Pengujian <i>User Acceptance Testing</i> (UAT)	
	Error! Bookmark not defined.	
4.7.1	Pengujian <i>User Acceptance Testing</i> oleh Admin ..	
	Error! Bookmark not defined.	
4.7.2	Pengujian <i>User Acceptance Testing</i> oleh User	
	Error! Bookmark not defined.	
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	21
5.1	Kesimpulan	21
5.2	Saran	21
	DAFTAR PUSTAKA	22
	LAMPIRAN	
	Error! Bookmark not defined.	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Skema Kerangka Pemikiran.....	5
2. Diagram Alir Pembuatan <i>Website</i>	16
3. Pembelian Paket <i>Hosting</i> dan <i>Domain</i>	Error!
Bookmark not defined.	
4. Pembelian <i>Domain</i> dan <i>Hosting</i> yang Telah Berhasil	Error!
Bookmark not defined.	
5. Perancangan <i>Website</i> Baru.....	Error!
Bookmark not defined.	
6. Plugin <i>Website</i>	Error!
Bookmark not defined.	
7. <i>Use Case User</i>	Error!
Bookmark not defined.	
8. <i>Use Case Admin</i>	Error!
Bookmark not defined.	
9. Halaman <i>Login Admin</i>	Error!
Bookmark not defined.	
10. Halaman <i>Dashboard</i>	Error!
Bookmark not defined.	
11. Halaman Produk.....	Error!
Bookmark not defined.	
12. Halaman Pesanan	Error!
Bookmark not defined.	
13. Halaman <i>Register</i>	Error!
Bookmark not defined.	

14. Halaman <i>Login</i>	Error!
Bookmark not defined.	
15. Halaman Beranda	Error!
Bookmark not defined.	
16. Halaman Produk.....	Error!
Bookmark not defined.	
17. Halaman Kontak Kami.....	Error!
Bookmark not defined.	
18. Halaman Keranjang.....	Error!
Bookmark not defined.	
19. Halaman <i>Checkout</i>	Error!
Bookmark not defined.	
20. Rancangan Tampilan Halaman Beranda (Halaman Utama)	Error!
Bookmark not defined.	
21. Rancangan Tampilan Halaman Produk.....	Error!
Bookmark not defined.	
22. Rancangan Tampilan Kontak Kami	Error!
Bookmark not defined.	
23. Rancangan Tampilan Keranjang	Error!
Bookmark not defined.	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Komposisi gizi dimsum per 100 gr	6
2. Bobot Skala Penilaian <i>Likert</i>	15
3. Instrumen Pengujian <i>Black Box Testing</i>	17
4. Indikator Pengujian <i>User Acceptance Testing</i>	18
5. Kriteria Skor Penilaian Uji <i>User Acceptance Testing</i>	19
6. Hasil Pengujian <i>Black Box</i> Halaman Utama (Beranda).....	Error!
Bookmark not defined.	
7. Hasil Pengujian <i>Black Box</i> Halaman Kontak Kami	Error!
Bookmark not defined.	
8. Hasil Pengujian <i>Black Box</i> Halaman Produk	Error!
Bookmark not defined.	
9. Hasil Pengujian <i>Black Box</i> Halaman Keranjang (<i>Cart</i>).....	Error!
Bookmark not defined.	
10. Hasil Pengujian <i>Black Box</i> Halaman <i>Checkout</i>	Error!
Bookmark not defined.	
11. Pengujian <i>User Acceptance Testing</i> oleh Admin.....	Error!
Bookmark not defined.	
12. Hasil Pembobotan Pengujian <i>User Acceptance Testing</i> oleh Admin .	Error!
Bookmark not defined.	
13. Nilai Pengujian oleh Admin.....	Error!
Bookmark not defined.	
14. Pengujian <i>User Acceptance Testing</i> oleh User	Error!
Bookmark not defined.	

15. Hasil Pembobotan Pengujian *User Acceptance Testing* oleh *User*..... **Error!**
Bookmark not defined.
16. Nilai Pengujian oleh *User* **Error!**
Bookmark not defined.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Industri makanan saat ini sedang berkembang pesat. Perkembangan tersebut dibuktikan dengan semakin banyak pelaku usaha yang melakukan inovasi produk. Dimsum adalah salah satu contoh inovasi produk yang populer di kalangan masyarakat pada zaman ini (Hasyim dkk., 2024). Dimsum merupakan makanan tradisional dari China yang memiliki keindahan dari segi bentuk dan rasa yang enak. Dimsum sudah banyak disukai oleh masyarakat Indonesia dikarenakan rasanya yang enak, harga yang murah, serta cara penyajian produk yang praktis. Produsen dimsum dituntut lebih inovatif dalam menciptakan produk agar produk memiliki ciri khas yang disukai oleh konsumen (Wulandari dkk., 2023). Mixsum Dimsum adalah salah satu contoh toko dimsum yang ada di Kota Bandar Lampung.

Mixsum Dimsum menjual produk berupa dimsum dengan beragam jenis, dimulai dari paket ulang tahun, paket tumpeng, dan dimsum dengan bermacam jenis ukuran. Mixsum Dimsum memiliki beberapa cabang, yaitu di Korpri, Pahoman, Sukabumi, Panjang, dan Beringin Raya. Lokasi yang dipilih cukup strategis sehingga memudahkan konsumen dalam membeli produk dimsum. Harga yang ditawarkan untuk setiap produknya cukup beragam, dimulai dari harga Rp. 25.000/paket. Mixsum Dimsum memiliki karyawan yang membantu di setiap cabangnya sehingga pelayanan dapat dilakukan secara maksimal. Mixsum Dimsum memberikan fasilitas pendukung berupa meja dan kursi untuk pelanggan yang ingin menikmati dimsum di tempat (*dine in*) dan tempat parkir yang cukup luas.

Promosi yang dilakukan oleh Mixsum Dimsum melalui penjualan langsung, ojek *online* seperti Gojek, Shopeefood dan Grab, serta melalui sosial media berupa *Instagram* dan *Whatsapp*.

Segmen pasar untuk produk dimsum yang dijual oleh Mixsum Dimsum adalah warga kota Bandar Lampung yang menyukai makanan praktis dengan cita rasa yang enak serta gemar mencoba berbagai jenis makanan. Target pasar dari Mixsum Dimsum adalah kelas menengah ke atas seperti mahasiswa ataupun orang yang sudah bekerja. Permasalahan yang dihadapi oleh Mixsum Dimsum adalah belum melakukan memanfaatkan media promosi secara maksimal yang menyebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk dimsum dari Mixsum Dimsum serta adanya pesaing usaha sejenis. Langkah yang dapat dilakukan adalah untuk mengatasi permasalahan yang timbul adalah melakukan pemasaran *online* berbasis *website*. Pemasaran *online* merupakan pemasaran yang melibatkan pengguna internet untuk mempromosikan produk (Mahliza dkk., 2020). Kegiatan promosi dapat menggunakan alat-alat pendukung promosi yang dikenal dengan media promosi. *Website* adalah salah satu bentuk pemasaran *online* yang dapat digunakan sebagai media promosi bagi suatu pelaku usaha (Susanto, 2017).

Perancangan *website* dapat mempermudah suatu mitra usaha dalam memberikan informasi dan edukasi terkait produk sehingga konsumen memahami nilai yang diberikan. Penelitian Yanto dan Rusda (2022) menyatakan kelebihan dari *website* sebagai media promosi adalah dapat memperluas pengetahuan konsumen terhadap produk yang dipromosikan dan membangun interaksi yang baik antar usaha dan konsumen. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian tindakan (*action research*) dan kuantitatif. Penelitian oleh Siregar (2018), menjelaskan bahwa *website* adalah media promosi yang efektif digunakan untuk melakukan promosi produk. Pemanfaatan sistem informasi berbasis *website* sebagai media promosi produk dimsum akan mempermudah penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Perancangan *website* berbasis wordpress sebagai media promosi produk dimsum ini perlu dilakukan agar produk dapat diketahui oleh masyarakat luas karena produk mudah didapatkan dan ditemukan.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah melakukan perancangan dan pengujian sistem informasi berbasis *website* produk dimsum di Mixsum Dimsum.

1.3 Kerangka Pemikiran

Kegiatan pemasaran dilakukan oleh suatu perusahaan memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses transaksi dengan melakukan berbagai kegiatan yang meliputi merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa. Produk dimsum pada Mixsum Dimsum adalah jenis makanan sampingan yang terbuat dari daging ayam dengan variasi *topping* yang beragam. Permasalahan yang dialami oleh Mixsum Dimsum adalah pemasaran/promosi yang dilakukan dalam memasarkan produk tersebut masih belum memanfaatkan teknologi informasi seperti *marketplace*. Sistem informasi adalah gabungan dari beberapa komponen yang saling berkaitan untuk menghasilkan informasi yang dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Sistem informasi yang baik harus dapat menyediakan informasi untuk orang yang tepat pada waktu yang tepat sehingga nantinya sistem informasi akan dapat bermanfaat bagi penerima informasi (Kartini dkk., 2022).

Permasalahan yang dihadapi oleh Mixsum Dimsum adalah belum memanfaatkan sistem informasi pemasaran berupa *website* yang dapat dijadikan media promosi produk. Permasalahan ini timbul dikarenakan pemasaran yang dilakukan oleh Mixsum Dimsum hanya memanfaatkan sosial media berupa *Instagram* dan *Whatsapp*. Permasalahan ini dapat diatasi dengan melakukan pemanfaatan sistem informasi berupa *website*. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk melakukan perancangan dan pengujian *website* sebagai media promosi pada produk dimsum di Mixsum Dimsum. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *action research*.

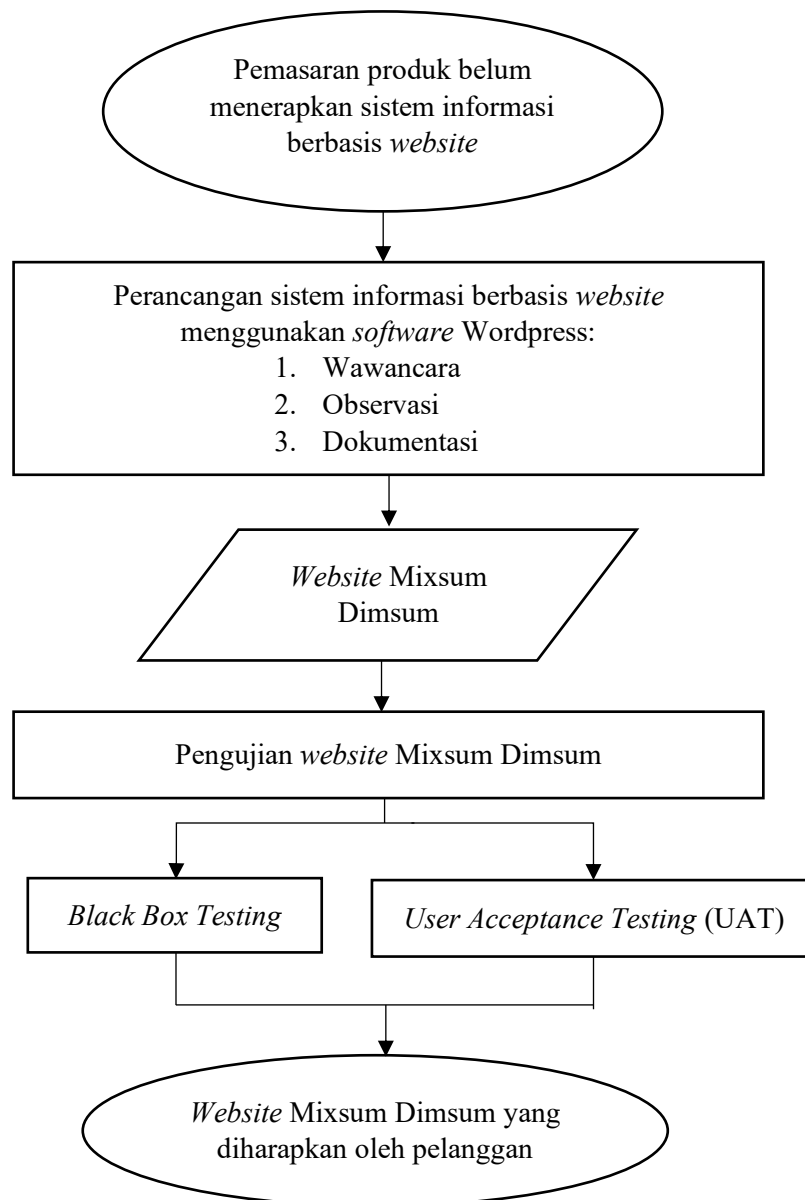
Penelitian yang dilakukan oleh Rafsyanjani dan Fauzi (2022), menyatakan bahwa media promosi berbasis *website* masuk dalam kategori efektif, dibuktikan dengan

meningkatnya keinginan konsumen terhadap pembelian suatu produk. Metode ini melakukan implementasi terhadap metode *action research* melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan tindakan, pengamatan, dan refleksi. Tahapan Perencanaan (*Planning*) merupakan tahap awal di mana peneliti melakukan wawancara kepada pihak terkait untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk *website* yang akan dibuat. Pelaksanaan Tindakan (*Action Taking*) adalah tahapan di mana peneliti mulai melakukan perancangan *website* sesuai hasil diskusi yang telah dilakukan oleh pihak pusat. Pengamatan (*Observation*) adalah tahapan uji coba *website* yang telah dibuat dan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden untuk mengukur kualitas *website* yang telah dibuat menggunakan metode pengujian *User Acceptance Testing* (UAT). Hasil dari kuesioner yang telah disebarkan dijadikan bahan evaluasi untuk *website* yang telah dirancang. Refleksi (*Reflection*) adalah tahap dilakukannya pengkajian kembali terhadap *website* yang telah dibuat berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar. Peneliti melihat apakah desain *website* yang dibuat sudah efektif untuk dijadikan sebagai media promosi.

Pada penelitian ini, pengujian *website* dilakukan dengan menggunakan metode *Black Box Testing* dan *User Acceptance Testing*. *Black Box Testing* adalah pengujian yang dilakukan untuk mendeteksi *error* yang terjadi pada sistem yang telah dirancang (Ijudin dan Saifudin, 2020). *User Acceptance Testing* adalah metode pengujian yang berfungsi untuk memverifikasi bahwa sistem yang dirancang telah berjalan sesuai kebutuhan *user* (Chamida dkk., 2021). Metode pengujian ini dapat membantu peneliti dalam melakukan pengujian sistem informasi berbasis *website* yang telah dirancang.

Penelitian oleh Deafani dkk. (2024), menyatakan bahwa metode pengujian menggunakan *User Acceptance Testing* dapat menjadi evaluasi sistem dari pandangan *user* maupun admin terhadap berjalannya sistem. Penelitian lainnya dilakukan oleh Amei dkk. (2021), menyatakan bahwa metode pengujian *Black Box Testing* dapat mempermudah dalam mengetahui *error* yang terjadi pada sistem. Penelitian lainnya dilakukan oleh Ariyani dan Fauzi (2022), menyatakan bahwa penggunaan *website* sebagai media promosi *online* dapat dikatakan efektif.

Hasil informasi yang diberikan di dalam *website* sesuai dengan harapan pelanggan dan dapat meyakinkan pelanggan dalam melakukan pembelian melalui *website*. Hasil akhir yang diharapkan dengan adanya perancangan *website* ini adalah adanya peningkatan terhadap penjualan produk dimsum bersamaan dengan semakin banyaknya masyarakat yang tahu produk dimsum berdasarkan fitur *website* yang dibutuhkan. Secara sistematis, kerangka pemikiran untuk penelitian ini disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Sumber: (Putri, 2022)

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Dimsum

Dimsum merupakan makanan khas Tionghoa yang disajikan dalam sajian sekali gigit, dengan beragam jenis dan memiliki cita rasa yang khas. Pengolahan dan penyajian dimsum yang praktis serta rasanya yang nikmat menjadikan dimsum digemari oleh banyak kalangan, di antaranya pelajar dan mahasiswa yang menjadikan permintaan akan makanan praktis ini cukup tinggi (Nalurita dkk., 2024). Dimsum pada umumnya dinikmati dengan tambahan saus sambal. Bahan baku utama dimsum biasanya menggunakan daging ayam, daging udang, maupun *fillet* ikan. Salah satu jenis dimsum yang banyak dikonsumsi masyarakat adalah dimsum ayam dengan bermacam variasi *topping* di antaranya keju, jamur kuping, wortel, dan daging kepiting (Rahmawati, 2023). Komposisi gizi dari dimsum tersebut disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Komposisi gizi dimsum per 100 gr

No.	Zat Gizi	Nilai Gizi
1.	Kalori	112 kkal
2.	Lemak	2,64 g
3.	Karbohidrat	9,56 g
4.	Protein	11,55 g

Sumber: (Baradatu dkk., 2023)

Dimsum yang banyak dijual di pasaran biasanya berbentuk siomay. Cara pengolahan dimsum tidak jauh berbeda dengan pembuatan bakso, namun hasil akhir dari dimsum memiliki tekstur yang lebih kenyal.

Dimsum biasanya dikonsumsi oleh masyarakat sebagai hidangan sampingan karena berukuran kecil dan harga jual yang relatif murah (Desiana, 2019). Teknik memasak yang biasa digunakan dalam pengolahan dimsum adalah dengan menggunakan teknik mengukus dan menggoreng. Perkembangan olahan dimsum yang dipadukan dengan olahan makanan modern pada saat ini membuat dimsum memiliki lebih banyak perkembangan mulai dari segi variasi, bentuk, rasa, dan bahan tambahan lainnya (Baradatu dkk., 2023).

2.2 Media Promosi

Promosi pada era digital ini dapat dilakukan menggunakan berbagai macam media. Adanya perkembangan teknologi dan informasi menjadikan masyarakat dapat dengan mudah menerima suatu informasi. Cara yang dapat dilakukan dalam hal ini adalah promosi (Rosyada dan Wigiawati, 2020). Kegiatan promosi adalah hal yang penting dalam berlangsungnya pemasaran suatu produk. Ketika melakukan promosi, diperlukan suatu media yang menjadi jembatan untuk melakukan promosi sampai kepada target konsumen. Media promosi merupakan alat untuk mengkomunikasikan suatu produk agar dapat dijangkau masyarakat luas (Siregar, 2018).

Jenis dari media promosi pun beragam, dimulai dari promosi secara langsung ataupun melalui media *online*. Promosi secara langsung biasanya dapat dilakukan secara *mouth to mouth* (mulut ke mulut), sedangkan secara *online* dapat menggunakan media berupa iklan, melalui media sosial, dan *website*. Promosi dari masing-masing media memiliki kelebihan dan kekurangan sehingga ketika tidak memanfaatkan media promosi dengan baik maka efektifitas promosi akan menjadi terbatas (Abdillah dkk., 2017). Media promosi memiliki fungsi, di antaranya adalah sebagai media pemberi informasi (*informing*), membujuk (*persuading*), menambah nilai (*adding value*), pengingat (*reminding*). Jenis media promosi yang paling tepat untuk mempromosikan produk atau layanan tertentu bergantung pada beberapa faktor. Faktor tersebut berupa target *audience*, kelebihan produk, serta penghematan biaya. Bentuk-bentuk media promosi ini dapat terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu (Metta dkk., 2023).

2.3 Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan gabungan dari dua kata, yaitu sistem dan informasi. Sistem adalah gabungan beberapa komponen yang saling berkaitan dan bekerja sama sebagai satu kesatuan untuk mencapai tujuan. Informasi adalah data yang telah diolah sehingga menjadi lebih berarti bagi penerimanya dan dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan (*decision making*) (Siregar, 2018). Sistem informasi adalah gabungan dari beberapa komponen yang saling berkaitan untuk menghasilkan informasi yang dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Sistem informasi yang baik harus dapat menyediakan informasi untuk orang yang tepat pada waktu yang tepat sehingga nantinya sistem informasi akan dapat bermanfaat bagi penerima informasi (Yulianto dan Umar, 2023). Sistem informasi juga dapat menyediakan sebuah laporan dengan berorientasi sistem manajemen dengan pemrosesan transaksi serta operasi terhadap suatu organisasi (Soulfitri, 2023).

Sistem memiliki kemampuan untuk menggabungkan semua komponen yang sudah ada ke dalam ruang lingkup di mana komponen yang sudah ada tidak dapat berdiri sendiri. Komponen sistem juga harus selalu berintegrasi untuk membentuk suatu kesatuan agar dapat mencapai sistem yang diinginkan (Rahmat, 2022). Pentingnya informasi dalam kehidupan sehari-hari menjadikan sistem informasi sangat berpengaruh dalam mengendalikan masyarakat. Fakta membuktikan bahwa masyarakat modern membutuhkan informasi yang tersedia secara instan, seperti yang dapat dilihat dari berbagai perangkat yang digunakan. Sistem informasi memiliki peran penting dalam penyampaian sebuah informasi mengenai suatu produk (Habibah dan Irwansyah, 2021).

2.4 Internet dan Website

Internet adalah jaringan global yang menghubungkan berbagai jenis pengguna dari seluruh dunia melalui sistem operasi dan mesin yang berbeda. Internet adalah sekumpulan orang dalam sebuah jaringan komputer yang saling berkumpul dan memberikan sumber informasi satu sama lain karena kemampuan untuk berbagi informasi dari satu komputer ke komputer lainnya (Gani, 2018). *Website* adalah

jenis aplikasi yang di dalamnya berisikan dokumen-dokumen multimedia berupa teks, gambar, suara, animasi, video dan dapat diakses menggunakan perangkat lunak yang disebut *browser* (Susanto dan Asmira, 2017). Pengguna harus memiliki perangkat seperti komputer atau *smartphone* yang terkoneksi ke internet atau intranet untuk dapat mengakses *website*. Halaman *website* umumnya berbentuk dokumen dalam format *Hyper Text Markup Language* (HTML) dan selanjutnya dapat diakses melalui *Hypertext Transfer Protocol* (HTTP). Sebuah *website* memiliki alamat URL yang unik dan spesifik yang disebut dengan *domain*. *Website* dapat diakses dengan menggunakan *browser* dan koneksi internet (Laugi, 2018).

2.5 CMS Wordpress

Penelitian Sulistiyanto dkk. (2021) menyatakan bahwa *Content Management System* (CMS) adalah suatu sistem yang digunakan untuk mengelola dan memfasilitasi proses pembuatan, pembaharuan, dan publikasi konten secara bersamaan (*collaborative content management*). CMS memiliki model beragam yang dapat digunakan untuk membuat suatu *website*, salah satunya adalah Wordpress. Wordpress adalah sebuah aplikasi sumber terbuka (*open source*) yang banyak digunakan sebagai mesin blog (*blog engine*). Wordpress diciptakan dengan bahasa pemrograman PHP dan basis data (*database*) MySQL. PHP dan MySQL merupakan perangkat lunak sumber terbuka (*open source software*) (Garrin dan Utomo, 2024). Nama Wordpress diusulkan oleh Christine Selleck, teman dari ketua pengembang, Matt Mullenweg. Wordpress memiliki kelebihan dan kekurangan dalam penggunaannya. Adapun kelebihan dari Wordpress adalah (Putri, 2022):

1. Wordpress cukup mudah dioperasikan.
2. Wordpress memiliki fitur sederhana.
3. Akun gratis Wordpress dapat memiliki dengan mendaftar di Wordpress.com.
4. Wordpress juga dijalankan di situs web milik kita sendiri (tidak seperti blogspot).
5. Wordpress dapat digunakan di komputer lokal (*local host*) atau komputer tanpa hubungan sambungan Internet

6. Wordpress memiliki banyak plugin tambahan.
7. Template dapat diubah-ubah sekehendak hati dan mengizinkan pembuatan *template* sendiri.
8. Mendukung *Search Engine Friendly* secara *default* sehingga lebih mudah ditemukan untuk pengetikan mencari.

Adapun kekurangan dari WordPress adalah (Putri, 2022):

1. Fitur manajemennya sedikit sehingga sebagian orang menganggapnya terlalu sederhana.
2. Jarang digunakan oleh situs-situs web besar di dunia.
3. *Plugin*-nya tidak sebanyak joomla! dan terkadang plugin joomla! masih lebih bagus.

2.6 *Black Box Testing*

Black Box Testing adalah pengujian yang dilakukan untuk mengamati hasil input dan output dari perangkat lunak (*software*) tanpa mengetahui kode perangkat lunak tersebut. Pengujian ini dilakukan pada akhir perancangan sistem untuk mengetahui apakah sistem berjalan dengan baik (Nurfauziah dan Jamaliyah, 2022). Pengujian *Black Box Testing* berfokus pada pengujian dari masing-masing spesifikasi fungsional perangkat lunak. Metode *Black Box Testing* terdiri atas beberapa metode, antara lain *Equivalence Partitioning*, *Boundary Value Analysis*, *State Transition Testing*, dan *Decision Table Testing* (Utami dkk., 2024).

Kelebihan pengujian menggunakan metode *Black Box Testing* adalah (Parlika dkk., 2020):

1. Efisien untuk segmen kode besar
2. Akses kode tidak diperlukan
3. Pemisahan antara perspektif pengguna dan pengemban

Selain kelebihan, adapauln kekurangan pengujian menggunakan metode *Black Box Testing* adalah (Parlika dkk., 2020):

1. Cakupan terbatas karena hanya sebagian kecil dari skenario pengujian yang dilakukan.
2. Pengujian tidak efisien untuk orang yang memiliki kemampuan yang tinggi.

2.7 User Acceptance Testing

User Acceptance Testing adalah proses pengujian yang dilakukan oleh pengguna (*user*) yang ada pada suatu sistem. Pengujian ini bertujuan untuk membantu dalam mengembangkan *website* dan memastikan apakah sistem telah berjalan sesuai harapan (Ferico dkk., 2019). Pengujian ini biasanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan skala *likert* dengan skala paling rendah hingga paling tinggi. Salah satu hal terpenting pada saat pengujian perangkat lunak adalah *User Acceptance Test* (UAT) di mana setelah dilakukan pengujian maka sistem akan langsung diterima oleh pengguna akhir. Jika hasil pengujian sudah sesuai dengan yang diinginkan, maka sistem dapat diterapkan (Hasugian dkk., 2023).

User Acceptance Testing memiliki manfaat, di antaranya adalah (Erlangga dkk., 2023):

1. Melalui identifikasi cacat, pengujian memastikan bahwa perangkat lunak stabil dan dalam kondisi yang bisa diterapkan.
2. Kepuasan *user* meningkat karena mereka lebih yakin bahwa sistem sudah memenuhi persyaratan.
3. Mendapatkan sistem yang sesuai dengan spesifikasi fungsional sistem.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari – Juni 2025 di Mixsum Dimsum Bandar Lampung.

3.2 Bahan dan Alat

Bahan-bahan yang digunakan pada penelitian ini yaitu hasil kuesioner serta informasi yang didapat dari hasil wawancara oleh pihak Mixsum Dimsum. Alat-alat yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesioner penelitian, *hardware* berupa laptop Asus Pro P2430A, Processor Intel Core i3-6006U, Memory RAM 4 GB SSD 256 GB serta *software* berupa *Wordpress v6.7.1*, dan Canva Pro.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian tindakan (*action research*). Penelitian tindakan adalah salah satu strategi pemecahan masalah yang memanfaatkan tindakan nyata dalam bentuk proses pengembangan inovatif yang dicoba bersamaan dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan. Penelitian Rafsyanjani dan Fauzi (2022) menjelaskan bahwa penelitian tindakan dilakukan dalam pembuatan *website* berdasarkan tahapan berikut:

1. Perencanaan (*Planning*)

Tahap awal dari penelitian ini membahas perencanaan dari pembuatan *website* yang dilakukan. Selain itu, dilakukannya pengidentifikasian terhadap sumber permasalahan utama dalam menganalisis *website*.

Kegiatan ini dilakukan dengan datang langsung ke tempat di mana akan dilakukannya *action research* dan melakukan observasi serta wawancara mengenai masalah yang ada.

2. Rencana Tindakan (*Action Planning*)

Ketika peneliti telah mendapat hasil diagnosa mengenai permasalahan apa yang dihadapi, selanjutnya dilakukan penyusunan rancangan desain sistem *website* bersama pihak Mixsum Dimsum. Setelah dilakukan diskusi maka dihasilkan kebutuhan Mixsum Dimsum yang digambarkan dalam diagram UML (*Unified Modelling Language*) berupa *Use Case Diagram*.

3. Pengamatan (*Observation*)

Peneliti mengimplementasikan perancangan *website* dengan program CMS Wordpress yang nantinya *website* tersebut memiliki fungsi sebagai media promosi yang dapat digunakan oleh Mixsum Dimsum. Setelah *website* selesai dibuat, tahapan selanjutnya adalah memperkenalkan dan melakukan uji coba pengoperasian program *website* tersebut kepada calon pengguna (*user*). Dalam tahap ini dilakukan penyebaran kuisisioner sebanyak 25 kuesioner untuk mengetahui pandangan pelanggan terhadap *website* yang telah dirancang menggunakan metode pengujian *User Acceptance Testing* (UAT).

4. Refleksi (*Reflection*)

Peneliti melakukan pengkajian kembali terhadap *website* yang telah dibuat berdasarkan data hasil kuesioner yang telah diperoleh dan diolah. Hasil pengukuran dan pengolahan data tersebut nantinya dapat ditarik kesimpulan dan dihasilkan desain akhir program pada *website* yang sesuai dengan harapan pelanggan atau *user*.

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data utama yang diperoleh secara langsung oleh peneliti tanpa melalui perantara (Riyanto dan Hatmawan, 2020). Data primer diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden, mewawancarai responden, observasi kegiatan yang sedang berjalan, dan dokumentasi gambar produk. Sedangkan data

sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari pihak tertentu yang telah melakukan pengumpulan data sebelumnya (Riyanto dan Hatmawan, 2020). Data sekunder diperoleh melalui studi literatur dengan cara mengumpulkan dan menganalisis dokumen perusahaan serta penelitian sebelumnya. Selanjutnya, studi pustaka yang akan menghasilkan landasan teori terkait sistem informasi, pemodelan sistem, media promosi, serta metode pengolahan data sebagai acuan penelitian. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara yang meliputi :

1. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab lisan yang melibatkan dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan (Hardani dkk., 2020). Tanya jawab dilakukan dengan responden yaitu pihak Mixsum Dimsum mengenai permasalahan yang dialami, bagaimana proses pemasaran yang telah dilakukan dan kebutuhan yang diperlukan untuk tampilan *website* yang akan dirancang.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden terpilih untuk mendapat informasi yang dibutuhkan (Hardani dkk., 2020). Penelitian ini menggunakan kuesioner berbentuk skala *likert* (Tabel 2) sebagai instrumen pengukuran yang digunakan dalam mengukur pengujian *website* dengan metode *User Acceptance Testing* (UAT). Skala *likert* adalah skala pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Adapun bobot penilaian pada skala *likert* disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Bobot Skala Penilaian Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2018)

3. Studi Literatur dan Kepustakaan

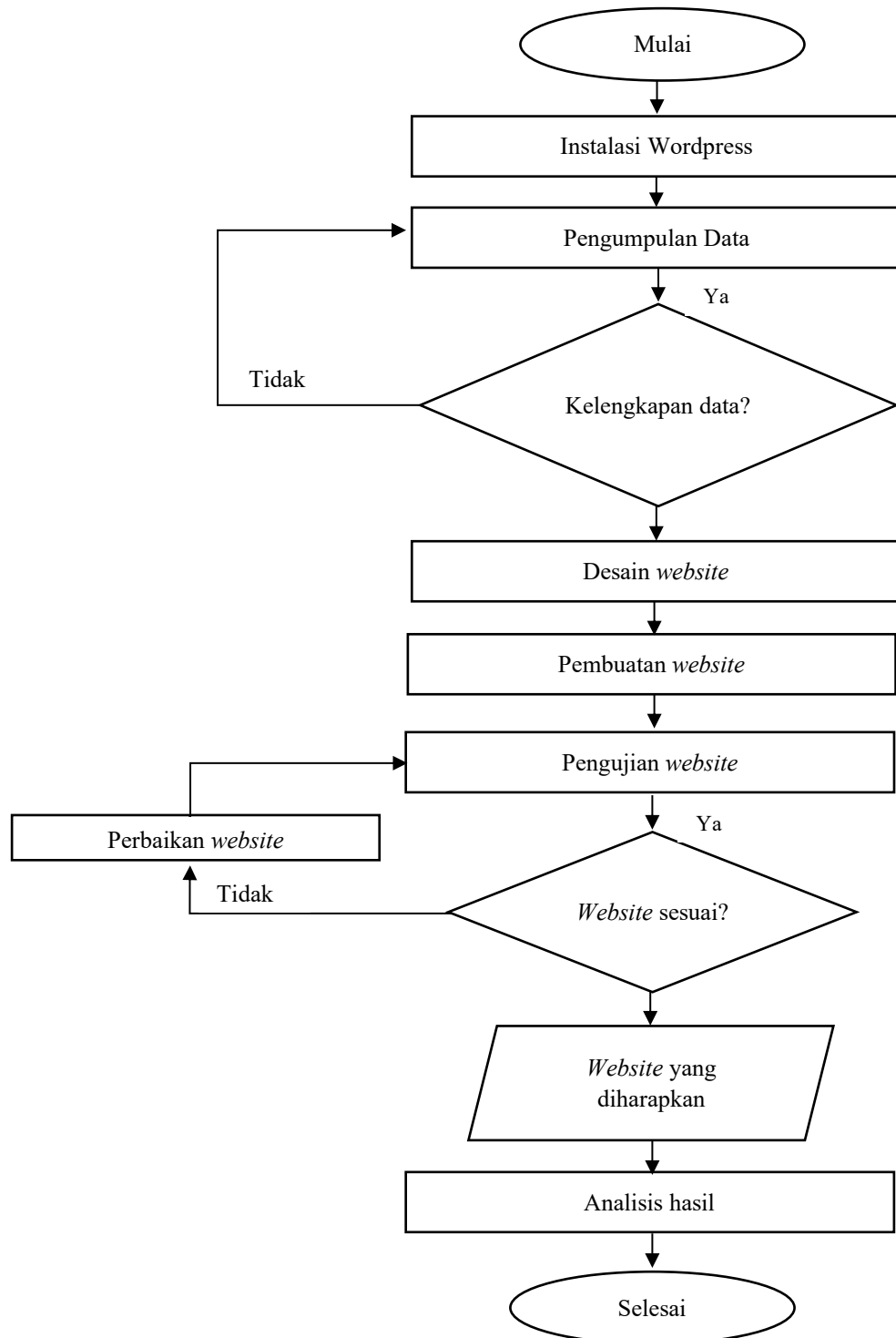
Studi literatur dan kepustakaan dilakukan dengan membaca buku teks, jurnal, artikel, dan sumber lain untuk mendapatkan data sekunder. Tujuan studi literatur dan kepustakaan adalah untuk mendapatkan pemahaman teoritis tentang masalah yang terkait dengan penulisan.

3.5 Proses Pembuatan *Website*

Proses awal pembuatan *website* dimulai dari melakukan instalasi *wordpress*.

Selanjutnya, peneliti melakukan pengumpulan data untuk isi dari *website*. Setelah didatakannya data, langkah selanjutnya adalah melakukan desain *website*.

Langkah akhir dari proses ini adalah melakukan pengujian *website* menggunakan metode *User Acceptance Testing* dan *Black Box Testing*. Proses pembuatan *website* menggunakan Wordpress disajikan pada Gambar 3.



Gambar 2. Diagram Alir Pembuatan *Website*

Sumber: (Heryanti, 2018) Dimodifikasi.

3.6 Metode Pengujian Sistem

3.7.1 Pengujian *Black Box Texting*

Pengujian *Black Box Testing* adalah metode pengujian yang berfokus pada spesifikasi fungsional dari suatu perangkat lunak (*software*), serta dapat mendefinisikan keadaan input dan melakukan *testing* pada spesifikasi fungsional sistem. Fokus utama dari *Black Box Testing* adalah memverifikasi bahwa sistem dapat berfungsi dengan baik dari perspektif pengguna. Langkah pengujian dengan *Black Box Testing* adalah dengan mencoba sistem berjalan sesuai dengan yang diharapkan (Saputra dkk., 2023). *Black Box Testing* dilakukan dengan instrumen pengujian yang tersaji pada Tabel 3.

Tabel 3. Instrumen Pengujian *Black Box Testing*

Bagian	Komponen Pengujian	Hasil Pengujian yang Diharapkan	Kesimpulan
Halaman Utama	User memasukkan alamat <i>website</i> https://mixsumdimsum.com/	Sistem menampilkan halaman utama <i>website</i>	Sesuai/Tidak Sesuai
	User mengklik menu Beranda	Sistem menampilkan halaman beranda	Sesuai/Tidak Sesuai
	User mengklik kotak <i>Whatsapp</i> di menu Beranda	Sistem terhubung ke nomor <i>Whatsapp</i> yang telah tersedia	Sesuai/Tidak Sesuai
Halaman Kontak Kami	User mengklik menu Kontak Kami	Sistem menampilkan halaman Kontak Kami	Sesuai/Tidak Sesuai
	User mengklik <i>maps</i> yang ada pada menu Kontak Kami	Sistem terhubung ke halaman <i>maps</i> yang dituju	Sesuai/Tidak Sesuai
	User mengklik kotak <i>Whatsapp</i> kritik dan saran pada menu Kontak Kami	Sistem terhubung ke nomor <i>Whatsapp</i> yang telah tersedia	Sesuai/Tidak Sesuai
	User mengklik logo sosial media pada menu Kontak Kami	Sistem terhubung ke sosial media yang dituju seperti <i>Instagram</i> dan <i>X / Twitter</i>	Sesuai/Tidak Sesuai
Halaman Produk	User mengklik menu Produk	Sistem menampilkan seluruh produk yang dijual	Sesuai/Tidak Sesuai
	User mengklik salah satu produk yang dijual	Sistem menampilkan halaman untuk memasukkan produk ke dalam keranjang	Sesuai/Tidak Sesuai
	User mengklik tambah ke keranjang	Sistem menambahkan produk yang dipilih kedalam keranjang	Sesuai/Tidak Sesuai

Bagian	Komponen Pengujian	Hasil Pengujian yang Diharapkan	Kesimpulan
Halaman Keranjang	User mengklik menu Keranjang	Sistem menampilkan keseluruhan produk yang telah dimasukkan <i>user</i> ke dalam keranjang	Sesuai/Tidak Sesuai
	User mengklik kotak lanjutan ke pemeriksaan	Sistem menampilkan halaman <i>Checkout</i>	Sesuai/Tidak Sesuai
Halaman Checkout	User mengklik menu Checkout	Sistem menampilkan halaman <i>checkout</i> berupa detail pengiriman produk, total pembelian, dan opsi pembayaran yang tersedia	Sesuai/Tidak Sesuai
	User mengklik kotak lakukan pemesanan	Sistem menampilkan halaman ringkasan order	Sesuai/Tidak Sesuai

Sumber: (Mardhiyya dkk., 2023) Dimodifikasi

3.7.2 Pengujian *User Acceptance Testing* (UAT)

User Acceptance Testing (UAT) adalah pengujian yang dilakukan pada sistem dengan tujuan untuk mengetahui apakah sistem yang dirancang telah sesuai keinginan *user*. *User Acceptance Testing* umumnya diukur menggunakan kuesioner dengan skala *likert* dengan memberikan pertanyaan kepada responden dimana jawaban dari pertanyaan tersebut terdiri dari tingkatan yang dipilih (Kusuma dan Yufon, 2024). *User Acceptance Testing* menjadi salah satu rangkaian pengujian final dari perangkat lunak dan dilakukan sebelum dikembangkan dan diluncurkan. *User Acceptance Testing* dilakukan dengan instrumen pengujian yang tersaji pada Tabel 4.

Tabel 4. Indikator Pengujian *User Acceptance Testing*

Indikator	Dimensi	Skala
Desain	1. Tampilan <i>website</i> Mixsum Dimsum menarik	Likert
	2. Menu atau fitur yang disediakan pada web mudah diakses	
	3. Penggunaan warna telah sesuai dan nyaman dilihat	
	4. Penggunaan tulisan (<i>font</i>) mudah dibaca	

Indikator	Dimensi	Skala
Layanan	1. <i>Website</i> Mixsum Dimsum mudah dipahami 2. <i>Website</i> Mixsum Dimsum membantu proses penjualan 3. <i>Website</i> Mixsum Dimsum memberikan informasi yang akurat 4. <i>Website</i> Mixsum Dimsum sesuai kebutuhan pengguna	Likert
Efisien	1. <i>Website</i> Mixsum Dimsum memudahkan pelanggan 2. <i>Website</i> Mixsum Dimsum memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna	Likert

Sumber: (Yakub dkk., 2024) Dimodifikasi

Pengujian *User Acceptance Testing* dilakukan dengan menentukan skala pembobotan sesuai dengan skala *likert*. Kriteria skor yang digunakan pada pengujian ini disajikan pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Kriteria Skor Penilaian Uji *User Acceptance Testing*

Indikator	Skor	Presentase
Sangat Setuju (SS)	5	80 – 100%
Setuju (S)	4	60 - 79%
Netral (N)	3	40 – 59%
Tidak Setuju (TS)	2	20 – 39%
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0 – 19 %

Sumber: (Chamida dkk., 2021)

Berdasarkan penelitian oleh Anjasmara dan Sumitro (2023), perhitungan hasil akhir uji *User Acceptance Testing* ini dilakukan melalui dua tahapan. Tahapan pertama digunakan untuk melakukan pembobotan dan menghitung jumlah nilai pada setiap indikator. Tahapan kedua digunakan untuk menentukan nilai akhir serta rata-rata dari setiap indikator. Adapun rumus dari kedua tahapan tersebut adalah sebagai berikut.

Tahapan (1)

$$Jumlah\ Nilai = (SS \times 5) + (S \times 4) + (N \times 3) + (TS \times 2) + (STS \times 1)$$

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Tahapan (2)

$$Persentase\ Nilai\ Akhir = \frac{(Jumlah\ Nilai / Total\ Responden)}{Bobot\ Ideal} \times 100\%$$

Keterangan:

Bobot ideal = bobot maksimal (nilai: 5)

Jumlah nilai = Hasil akhir perhitungan tahapan (1)

Rumus ini digunakan untuk mengukur apakah kualitas *website* yang diberikan telah sesuai harapan *user*. Hasil akhir dari pengujian ini dapat dijadikan sebagai bahan pengembangan *website* yang telah dirancang.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan yaitu perancangan sistem informasi berbasis *website* pada *web* Mixsum Dimsum berhasil memenuhi kebutuhan baik *user* maupun admin untuk memfasilitasi proses bisnis pada produk dimsum di Mixsum Dimsum. Seluruh fitur yang ada pada *website* Mixsum Dimsum telah berjalan sesuai fungsinya berdasarkan pengujian menggunakan metode *Black Box Testing*. Hasil pengujian *website* Mixsum Dimsum menggunakan metode *User Acceptance Testing* yang telah dilakukan menunjukkan bahwa sistem telah berjalan sesuai harapan dan dapat memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik dengan hasil pengujian rata-rata diatas 80%.

5.2 Saran

Saran yang diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pemilik usaha, penggunaan *website* sebagai media promosi produk dimsum dapat menjadi salah satu referensi yang baik untuk dilakukan karena *website* dapat membantu untuk meningkatkan citra usaha di mata konsumen.
2. Penelitian selanjutnya yang sejenis, diharapkan dapat menguji pengaruh antar variabel yang belum diteliti pada penelitian ini seperti *brand image*, kualitas produk, minat beli, dan sejenisnya sehingga hasil penelitian dapat menjadi lebih baik dalam menjelaskan faktor-faktor yang tidak disebutkan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, N. F., dan Nursari, S. R. C. 2022. Pengujian *Black Box* Pada *Website* Dengan Metode *Robustness Testing* (Studi kasus : Eiger Adventure). *Journal of Informatics and Advanced Computing*, 3(2), 93–96.
- Abdillah, F., Adhiguna, D., dan Sevtiana, A. 2017. Perancangan *Video Profile* Sebagai Media Promosi Stmik Cic Dengan Teknik *Motion Graphic* Menggunakan Perangkat Lunak Komputer *Graphic*. *Jurnal Digit: Digital of Information Technology*, 7(1), 74–85.
- Abraham, J., dan Ismail, I. E. 2021. Unit *Testing* dan *User Acceptance Testing* Pada Sistem Informasi Pelayan Kategorial Pelayanan Anak. *Repository PNJ*, 1(1), 54–59.
- Aklani, S. A., dan Liling, J. R. 2023. Perancangan *Front End Website Profile Builder* Menggunakan Frame Work React Js Pada PT.Pundi Mas Berjaya. *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, Volume 5 Nomor 1, 863–872.
- Amei, V. A., Emanuel, A. W. R., dan Adithama, S. P. 2021. Pengujian *Website* A Cc.Co.Id Revamp Menggunakan Metode *Black Box Testing*. *Jurnal Informatika Atma Jogja*, 2(1), 39–46.
- Anjasmara, V. M., dan Sumitro, A. H. 2023. Pengembangan Sistem Informasi Masjid Darul Arham Menggunakan Metode V-Model dan UAT (*User Acceptance Testing*). *Information System For Educators And Professionals: Journal of Information System*, 8(1), 47–58.
- Ariyani, A., dan Fauzi, A. 2022. Pembuatan Media Promosi Tambahan Berbasis *Website* Menggunakan CMS *Wordpress* Untuk Menarik Minat Beli Pada Aya Atelier Jombang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 67–72.
- Baradatu, S. K. C., Al Rasyid, H., Anungputri, S., dan Herdiana, N. 2023. Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Produk Dimsum Moresto Di Kota Bandar Lampung, Lampung. *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*, 2(1), 171–184.

- Bertuah, E., dan Wicaksono, S. M. 2021. Perbandingan Perilaku Belanja *Online* Melalui Shopee dan Tokopedia Di Masa Pandemi Covid-19. *CFP Dies Natalis FEB UKSW Ke-61*, 1–21.
- Chamida, M. A., Susanto, A., dan Latubessy, A. 2021. Analisa *User Acceptance Testing* Terhadap Sistem Informasi Pengelolaan Bedah Rumah Di Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman Kabupaten Jepara. *Indonesian Journal of Technology, Informatics and Science (IJTIS)*, 3(1), 36–41.
- Deafani, M., Surya Nugraha, F., dan Agustin, T. 2024. Rancang Bangun *Website* Sekolah Dasar Negeri 2 Tlogorandu. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 1(3), 78–91.
- Desiana, N. R. 2019. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen [Skripsi]*. Universitas Brawijaya. Malang. 97 hlm.
- Dwinanda, A. C., Hayuhardika, W., Putra, N., dan Purnomo, W. 2021. Pengembangan *Website E-Commerce* dengan Pemanfaatan Sistem *Payment Gateway* Midtrans (Studi Kasus: Butik Rizza Collection). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5(12), 5213–5220.
- Erlangga, I. D. G. S. P., Sugiarto, dan Nurlaili, A. L. 2023. Pengujian *User Acceptance Test* Pada Aplikasi Bangbeli. *Jurnal Informatika Dan Tekonologi Komputer (JITEK)*, 3(3), 213–219.
- Ferico, A., Pasaribu, O., Darwis, D., dan Surahman, A. 2019. Sistem Informasi Geografis Untuk Pencarian Lokasi Bengkel Mobil Di Wilayah Kota Bandar Lampung. *Jurnal TEKNOKOMPAK*, 13(2), 1–6.
- Garrin, G. P., dan Utomo, H. 2024. Pembuatan *Website Company Profile* Menggunakan CMS *Wordpress* Sebagai Media Promosi *Travel Tour*.Ok. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(2), 938–944.
- Habibah, A. F., dan Irwansyah. 2021. Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363.
- Hardani, Andriani, H., dan Ustiawaty, J. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group. Jakarta. 534 hlm.
- Hasugian, H., Wulandari, dan Nofiyani. 2023. *User Acceptance Testing (Uat)* Pada *Electronic Data Preprocessing* Guna Mengetahui Kualitas Sistem. *JMIK (JURNAL MAHASISWA ILMU KOMPUTER)*, 4(1), 20–27.
- Hasyim, M. A. N., Savitri, N. H., Jannah, H. M., Hermawan, C., dan Apriliani, Y. N. 2024. Pembuatan *Website* Untuk Membantu Pengusaha Kost Dimsum. *Jurnal Ilmiah Teknik*, 3(1), 48–57.

- Heryanti, L. 2018. Perancangan *Website* Loeremakeup Dengan Menggunakan *Wordpress* [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Surakarta. 114 hlm.
- Ijudin, A., dan Saifudin, A. 2020. Pengujian *Black Box* pada Aplikasi Berita *Online* dengan Menggunakan Metode *Boundary Value Analysis*. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(1), 8–12.
- Kartini, K. S., Tri, N., Putra, A., Atmaja, K. J., Putu, N., dan Widiani, S. 2022. Sistem Informasi Penjualan Pada Salad Yoo. *Jurnal Krisnadana*, 1(2), 45–53.
- Kusuma, A. P., dan Yufron, A. 2024. Analisis *User Acceptance Test* Pada Aplikasi Pengiriman Barang Dalam Menentukan Kualitas Sistem. *Antivirus : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 18(2), 234–243.
- Laugi, S. 2018. Sistem Informasi berbasis *Web* dalam Penyelenggaraan Lembaga Pendidikan. *Shautut Tarbiyah*, 24(1), 109–126.
- Mahliza, I., Husein, A., dan Gunawan, T. 2020. Analisis Strategi Pemasaran *Online*. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3), 250–264.
- Manongga, D., Rahardja, U., Sembiring, I., Lutfiani, N., dan Yadila, A. B. 2022. Pengabdian Masyarakat dalam Pemberdayaan UMKM dengan Melakukan Implementasi *Website* Menggunakan *Plugin Elementor* Sebagai Media Promosi. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 44–53.
- Mardhiyya, A., Nur Fauzy, A., dan Sungkowati, S. 2023. Rancang Bangun *Website* Berbasis *Wordpress* Sebagai Media Promosi Dimsum Ambyarr. *Jurnal Penerapan Ilmu-ilmu Komputer (JUPITER)*, 9(1), 14–21.
- Metta, A. S., Samudra, A., dan Sulaeman, E. 2023. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Shopeefood* (Studi Pada Pengguna Layanan *Shopeefood* Di Karawang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(18), 64–71.
- Muhammad, G., Icharisma, N., Prihandani, K., dan Primajaya, A. 2023. Rancang Bangun *Website E-Commerce* Berbasis *Wordpress* Dan Integrasi *Payment Gateway Metode Waterfall*. *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*, 6(2), 71-76.
- Muna, F., Khotimah, T., dan Jazuli, A. 2023. Sistem Administrasi Perpustakaan Desa Kaliputu Berbasis *Web*. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 7(2), 1395–1402.

- Nurfadilla, R. A., Hayuhardhika, W., Putra, N., dan Hanggara, B. T. 2023. Implementasi *Search Engine Optimization* (SEO) pada Sistem Informasi *E-Commerce* menggunakan *Plugin Wordpress* (Studi Kasus Toko Online Norilyascake). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 7(1), 73–82.
- Nurfauziah, H., dan Jamaliyah, I. 2022. Perbandingan Metode Testing Antara *Blackbox* Dengan *Whitebox* Pada Sebuah Sistem Informasi. *Jurnal Visualika*, 8(2), 105–113.
- Parlika, R., Ardhan, N. T., Ningrum, S. M., dan Haque, B. A. 2020. Studi Literatur Kekurangan dan Kelebihan Pengujian Black Box. *TEKNOMATIKA*, 10(2), 131–140.
- Putri, A. M. 2022. Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Berbasis *Website* Terhadap *Brand Awareness* Dan Minat Beli Produk Udag Instan Berbumbu Merek Seadang. [Skripsi]. Universitas Lampung. Bandar Lampung. 121 hlm.
- Rafsyanjani, G. M., dan Fauzi, A. 2022. Pengembangan Media Promosi Berbasis *Website* Dengan Aplikasi Cms *Wordpress* Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada Umkm Aneka Batik Pamekasan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 115–120.
- Rahmah, Z., Derta, S., Antoni Musril, H., dan Okra, R. 2022. Perancangan *Website* Eduji Menggunakan CMS Wordpress. *Intellect : Indonesian Journal of Learning and Technological Innovation*, 1(2), 205–218.
- Rahmat, B. R. 2022. Perancangan Sistem Informasi Pelatihan Karyawan Di PT. *Grand Textile Industry* Bandung. *JITS (Journal of Information Technology Student)*, 1(2), 67–68.
- Rahmawati, N. 2023. Pelatihan Diversifikasi Olahan Daging Ayam Menjadi *Dimsum* Pada *Civitas Akademika* Universitas Islam Kadiri. *Jurnal Abdiraja*, 6(2), 69–74.
- Riyanto, S., dan Hatmawan, A. A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif (Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen)*. Deppublish. 18 hlm.
- Rosyada, M., dan Wigiawati, A. 2020. STRATEGI SURVIVAL UMKM BATIK TULIS PEKALONGAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS PADA “BATIK PESISIR” PEKALONGAN). *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2), 189–214.
- Salamah, U., dan Khasanah, F. N. 2017. Pengujian Sistem Informasi Penjualan Undangan Pernikahan Online Berbasis *Web* Menggunakan *Black Box Testing*. *Information Management For Educators And Professionals*, 2(1), 35–46.

- Saputra, U., Bagas, R. N., Anggara, A. A., Qaisa, R. S., Jakfar, A. E., dan Astrianda, N. 2023. Analisa Pengujian Sistem Informasi *Website E-Commerce* Bali-Store Menggunakan Metode *Black Box Testing*. *Jurnal Teknologi Informasi*, 2(2), 95–102.
- Shadiq, J., Safei, A., Loly, R.. 2021. Pengujian Aplikasi Peminjaman Kendaraan Operasional Kantor Menggunakan *BlackBox Testing*. *Information Management for Educators and Professionals*, 5(2), 97–110.
- Shafitri, N., dan Yulian, D. 2024. Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Pada Umkm Di Mamaci Dengan Menerapkan *Plugin Woocommerce* Dan *Theme Wootisfy*. *JEKIN (Jurnal Teknik Informatika)*, 4(2), 58–64.
- Siking, A., Hidayat Koniyo, M., dan Mohammad Thohir Yassin, R. 2023. *Unified Modelling Language* (UML) dalam Perancangan Sistem Informasi Pelayanan Pengujian Material Berbasis *Web* Pada Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Provinsi Gorontalo. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 3(2), 204-213.
- Siregar, V. M. M. 2018. Perancangan *Website* Sebagai Media Promosi dan Penjualan Produk. *Technology Acceptance Model*, 9(1), 15–21.
- Soulfitri, F. 2023. *Konsep Sistem Informasi*. PT Inovasi Pratama Internasional. Jakarta. 106 hlm.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. LFA BETA. Yogyakarta. 346 hlm.
- Sulistiyanto, Saprudin, U., Sutomo, B., dan Hartono, T. B. 2021. Pendampingan Pembuatan *Website* Menggunakan *Content Management System* dan *Plugin* bagi Mahasiswa Manajemen Haji dan Umroh Institut Agama Islam Negeri Metro. *Ilmu Komputer Untuk Masyarakat*, 2(2), 62–66.
- Supiyandi, S., Zen, M., Rizal, C., dan Eka, M. 2022. Perancangan Sistem Informasi Desa Tomuan Holbung Menggunakan Metode Waterfall. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(2), 274.
- Susanto, A. 2017. Perancangan *Website* Sebagai Media Promosi dan Informasi Menggunakan Metode *Web Engineering*. *Jurnal Sistem Informasi dan Sistem Komputer*, 2(3), 9–17.
- Utami, F. P., Hilya, Z. A., dan Yaqin, M. A. 2024. Implementasi *Black Box Testing* Pada *Game* Ular Untuk Mendeteksi *Bug*. *JACIS : Journal Automation Computer Information System*, 4(2), 76–87.

- Wahyudi, I., Fahrullah, F., Alameka, F., dan Haerullah, H. 2023. Analisis *Blackbox Testing* dan *User Acceptance Testing* Terhadap Sistem Informasi Solusimedsosku. *Jurnal Teknosains Kodepena*, 4(1), 1-9.
- Wulandari, C., Rahayu, S. A., Pertiwi, S., Sandi, H., dan Hidayaty, D. E. 2023. Penjualan Dengan Harga yang Terjangkau Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM Dimsum Senopati. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 914–919.
- Yakub, H., Daniawan, B., Wijaya, A., dan Damayanti, L. 2024. Sistem Informasi *E-Commerce* Berbasis *Website* Dengan Metode Pengujian *User Acceptance Testing*. *JSITIK: Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Komputer*, 2(2), 113–127.
- Yanto, A. F., dan Rusda, A. C. 2022. Perancangan *Website* Sebagai Media Pemasaran *Online* Pada Industri Rumah Tangga *Trust* Menggunakan *Prestashop*. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 10(1), 11–17.
- Yulianto, M. A., dan Umar. 2023. Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Pada CV Citra Timbangan Berbasis *Web* Menggunakan Model *Waterfall*. *Jurnal Ilmu Komputer, Teknik dan Multimedia*, 1(3), 828–837.