

Media Pemasaran Berbasis Web Untuk Mendorong Pertumbuhan Usaha Kuliner : Rylicious

Nurhalisa¹, Nasrullah idris², Muh. Agus³, Silfana⁴

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Prodi Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang.

Email: ¹nurhalisa994400@gmail.com, ²Nasrullahidris22@gmail.com, ³muhaguszx775z@gmail.com, ⁴Silfanasultan06@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: nurhalisa994400@gmail.com

Diterima: 03 Januari 2026; Disetujui; 20 Februari 2026; Diterbitkan 25 Februari 2026

ABSTRAK – Penelitian ini mengembangkan *website* sebagai media pemasaran digital pada UMKM *Rylicious* untuk mengatasi permasalahan yang sebelumnya masih bergantung pada media sosial dan belum terintegrasi secara profesional. Media promosi berbasis *Website* yang dikembangkan berfungsi sebagai pusat informasi usaha yang menyajikan profil UMKM, produk, layanan, serta fasilitas pemesanan secara terstruktur dan mudah diakses oleh konsumen. Pengembangan sistem dilakukan menggunakan metode *Prototype* untuk memastikan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna. Hasil pengujian *Blackbox Testing* menunjukkan tingkat keberhasilan sebesar 100%, sedangkan pengujian *usability* memperoleh nilai 89,38% yang termasuk dalam kategori sangat layak. Berdasarkan hasil tersebut, media promosi berbasis *website* dinyatakan layak secara fungsional dan operasional sebagai media pemasaran digital serta berpotensi mendukung peningkatan kredibilitas dan pengembangan UMKM *Rylicious* di masa mendatang. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan dan menguji fitur *website* yang lebih lengkap serta mengukur peningkatan penjualan secara kuantitatif dan membandingkannya dengan media pemasaran digital lainnya.

Kata kunci: *Blackbox testing*; Pemasaran; Promosi; UMKM; *Website*.

ABSTRACT – This research develops websites as a digital marketing media on MSMEs to tackle problems that previously still depend on social media and have not been professionally integrated. Website-based promotional media that is developed as a business information center that presents MSMEs profiles, products, services, and booking facilities are structured and easily accessed by consumers. System development is carried out using the Prototype method to ensure conformity with the needs of users. Blackbox Testing results showed a 100% success rate, while usability testing gained a value of 89.38% which fallen in the category is very viable. Based on this result, website-based promotional media is declared functionally and operational as a digital marketing medium and has the potential to support improved credibility and MSME development in the future. Further research is advised to develop and test more complete website features and measure quantitatively increased sales and compare it with other digital marketing media.

Keywords: *Blackbox testing*; Marketing; Promotion; MSME; Website.

1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat. UMKM adalah suatu kegiatan usaha yang didirikan oleh orang pribadi maupun badan hukum[1]. Karena keberadaan UMKM mampu bertahan dalam situasi apapun untuk tercapainya kesejahteraan Masyarakat. Ketangguhan UMKM terbukti pada krisis moneter tahun 1998, ketika banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan, sementara UMKM tetap bertahan dan bahkan mengalami peningkatan jumlah[2]. Keberadaan UMKM di Indonesia terus mengalami perkembangan yang ditandai dengan peningkatan jumlah unit usaha. Berdasarkan data kementerian dan UKM, jumlah UMKM pada tahun 2016 tercatat sebanyak 61.656.547 unit dan meningkat menjadi 62.926.077 unit pada tahun 2017, atau mengalami peningkatan sebesar 2,06%. Peningkatan jumlah unit usaha tersebut juga berdampak pada bertambahnya penyerapan tenaga kerja, di mana UMKM pada tahun 2016 mampu menyerap 112.828.610 tenaga kerja dan meningkat menjadi 116.673.416 tenaga kerja pada tahun 2017, atau naik sebesar 3,14%. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM berperan penting meningkatkan kesejahteraan masyarakat[2]. Salah satu aktivitas pemasaran yang penting bagi suatu bisnis adalah promosi. Promosi merupakan upaya untuk menginformasikan dan menawarkan produk, baik berupa barang maupun jasa, kepada calon konsumen dengan tujuan menarik minat mereka untuk membeli atau mengonsumsi produk tersebut[3].

Kehadiran internet sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, membuat manusia tidak dapat lepas dari *internet*. Penggunaan *internet* saat ini telah menjadi hal mendasar di kehidupan modern[4]. *Internet* ini dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang seperti bidang pendidikan, pemerintahan, maupun bisnis. Mengutip dari laporan *We Are Social*, per Januari 2022 terdapat 204,7 juta pengguna *internet* di Indonesia. Sementara itu tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal tahun 2022. Tercatat, total penduduk Indonesia berjumlah 277,7 juta orang pada Januari 2022[5]. Jumlah pengguna internet yang tinggi di Indonesia dapat menjadi peluang yang menjanjikan dalam kegiatan bisnis[3]. Penggunaan media *online* sebagai sarana untuk memperkenalkan produk atau jasa telah banyak dimanfaatkan oleh perusahaan dalam menjalankan proses bisnis, Pemasaran *online* memberikan berbagai

keuntungan, baik bagi pelaku usaha maupun bagi pelanggan. Strategi pemasaran melalui *website* dan *internet marketing* mampu mempengaruhi perkembangan dan keputusan dalam strategi pemasaran yang dapat meningkatkan *value* suatu perusahaan[6].

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat dinamis, ditandai dengan kemunculan berbagai produk makanan yang viral melalui media sosial. Salah satunya kue balok lumer, yaitu kue berbahan dasar tepung, coklat, dan butter yang memiliki tekstur lembut dengan bagian tengah yang meleleh saat dibelah. *Rylicious* adalah salah satu usaha kuliner yang berfokus pada penjualan kue balok lumer dengan tiga varian rasa, yaitu coklat, pandan dan varian terbaru yaitu tiramisu, untuk meningkatkan daya tarik produk dan memenuhi selera konsumen usaha ini juga menawarkan berbagai varian topping. Usaha ini juga menyediakan minuman (*stick milk*) dengan berbagai varian rasa. *Rylicious* beralamat di Jln. Sultan Hasanuddin (Jln. Poros Enrekang), kec. Pancarijang, kab. Sidrap, Sulawesi Selatan, Usaha *Rylicious* dimulai pada 6 Agustus 2025, huruf R dan Y pada awal nama usaha merupakan representasi dari huruf awal pemilik usaha dan kata *ylicious* berasal dari kata "*delicious*" (lezat) yang diganti bagian depannya agar terlihat lebih unik, singkat, dan mudah di ingat. Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan kue balok lumer ini berasal dari toko sinar manis, yang dikenal menyediakan bahan dengan kualitas baik dan harga yang terjangkau. Sedangkan bahan-bahan yang digunakan untuk pembuatan minuman (*stick milk*) diperoleh dari pemasok yang berlokasi di Tangerang. Setiap usaha berupaya meningkatkan kekuatan internal perusahaannya, salah satunya dengan menghadirkan keunikan yang membedakan usaha tersebut dari pesaing[7]. Untuk mengalahkan pesaing, *Rylicious* harus melakukan inovasi untuk terus meningkatkan penjualan.

Penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh Zuhdi Syaiful Anhar & Endy Gunanto Marsasi[8] menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 mengakibatkan penurunan penjualan yang drastis pada berbagai sektor usaha, sehingga dirumuskan BMC baru yang menargetkan generasi Z melalui inovasi rasa dan kemasan, penguatan konten Instagram, peningkatan layanan pelanggan dan penambahan mitra supplier dan platform ojek online. Penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh Dela Astria dan Mei Santi [9] menunjukkan bahwa penggunaan WhatsApp *Business* sebagai media komunikasi dan promosi dapat meningkatkan jumlah pelanggan serta volume penjualan. Penelitian sebelumnya dilakukan [10] menunjukkan *website e-commerce A.I Sweet* berbasis *WordPress* untuk memudahkan pemesanan dan informasi stok. Penelitian sebelumnya dilakukan [11] pemanfaatan TikTok efektif meningkatkan penjualan UMKM kuliner di Kabupaten Garut karena promosi lebih luas, biaya lebih efisien, dan komunikasi dengan konsumen lebih interaktif, sehingga mendukung keberlanjutan usaha UMKM.

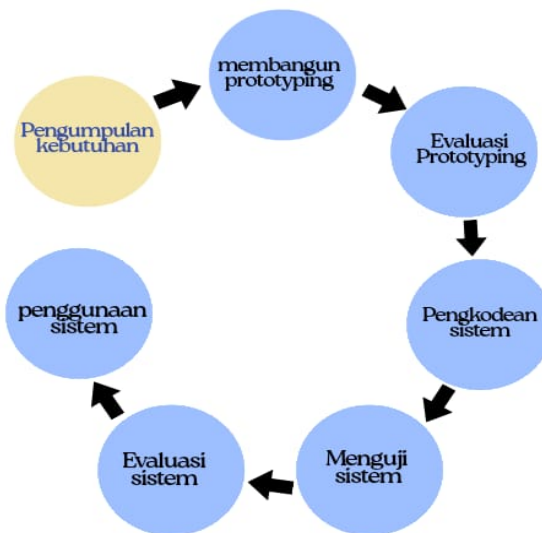
Penelitian lainnya dilakukan oleh Thalita Affifah Nugroho & Farah Citra Azzahra [12] menunjukkan bahwa melalui pendekatan deskriptif kualitatif (wawancara, observasi akun @bro.do, dan studi pustaka), perusahaan ini berhasil mengoptimalkan enam aspek publikasi digital: *Active, Content, Packaging, Branding, Positioning, dan Impact*. Instagram menjadi platform paling efektif bagi Brodo untuk memperluas jangkauan, memperkuat citra merek, serta meningkatkan kepercayaan dan minat beli terhadap produk lokal. Gap penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa meskipun berbagai strategi pemasaran digital telah banyak diterapkan oleh UMKM, pemanfaatannya masih cenderung terpisah dan belum terintegrasi secara optimal. Banyak usaha hanya mengandalkan media sosial atau aplikasi pesan instan tanpa didukung oleh media digital yang lebih terstruktur dan profesional. Akibatnya, jangkauan promosi, kredibilitas usaha, serta kemudahan akses informasi dan pemesanan bagi konsumen belum maksimal. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan media pemasaran digital yang terintegrasi, seperti *website*, untuk mendukung promosi, pemesanan, dan penyampaian informasi secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan ditemukan bahwa, *Rylicious* saat ini menghadapi beberapa permasalahan, salah satunya faktor pemasaran. Selama ini strategi promosi yang digunakan masih terbatas pada media sosial seperti, whatsapp, Instagram dan TikTok. Jika ketergantungan pada platform tersebut membuat jangkauan pemasaran kurang optimal dan tidak terintegrasi secara profesional. *Rylicious* harus melakukan inovasi promosi dengan cara yang lebih unik dan lebih menarik agar konsumen tidak merasa bosan terhadap promosi yang sudah dilakukan sebelumnya dan memudahkan konsumen dalam mengingat promosinya. Sebagai solusi atas keterbatasan media promosi, dikembangkan sebuah *website* bagi *Rylicious* agar proses pemasaran dapat dilakukan secara lebih efektif, terstruktur, dan lebih mudah diakses oleh pelanggan. Kehadiran *website* ini diharapkan mampu memperluas jangkauan promosi, meningkatkan kredibilitas usaha, dan mempermudah pelanggan dalam melihat produk, melakukan pemesanan, dan mendapatkan informasi terkait *Rylicious*.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *Prototype*. Pendekatan ini memungkinkan pengembangan berinteraksi dengan pengguna dalam setiap tahapan pengembangan untuk memastikan *website* yang dibuat sesuai kebutuhan UMKM *Rylicious*. Penelitian ini menggunakan model penelitian *prototype* yang bertujuan untuk memudahkan pelaksanaan setiap tahapan penelitian sesuai dengan struktur penelitian yang direncanakan[13]. Penelitian dilakukan di UMKM *Rylicious*, usaha kuliner yang berlokasi di Jln. Sultan Hasanuddin (Jln. Poros Enrekang)

Kec.Pancarijang, kab. Sidrap, Sulawesi Selatan. *Prototype* juga dapat dirancang dengan memanfaatkan berbagai *tool* sehingga prosesnya menjadi lebih sederhana[14].



Gambar 1. Tahap *Prototype*

Sumber : Andriana, Syahid Abdullah [15]

Langkah-langkah dalam Model *Prototype* untuk Pembuatan *Website*

a. Pengumpulan kebutuhan

Pada langkah awal, tim perancang *website* bersama-sama mengumpulkan kebutuhan sistem. Proses ini meliputi pendefinisian fitur yang diperlukan pada *website*, seperti halaman utama, menu, formulir, katalog produk, serta elemen visual yang dibutuhkan. Selain itu, ditentukan pula format data, alur pengguna, dan gambaran umum struktur *website*.

b. Membangun *prototyping*

Setelah kebutuhan terkumpul, tim perancang mulai membuat *prototype website* dalam bentuk sketsa tampil (*wireframe*) atau rancangan antarmuka (*UI design*). Pada tahap ini, tim perancang menyusun gambaran input-output, serta bagaimana tampilan halaman, tombol, form, dan navigasi akan bekerja. *Prototype* ini menjadi gambaran awal *website* sebelum dikembangkan sepenuhnya.

c. Penilaian *Prototyping*

Prototype website yang telah dibuat kemudian dievaluasi oleh pengguna. Mereka memberikan masukan mengenai tampilan, alur navigasi, dan kelengkapan fitur. Jika terdapat bagian yang kurang sesuai, tim perancang melakukan revisi sampai *prototype* dianggap memenuhi kebutuhan yang telah ditetapkan.

d. Pengkodean Sistem (*Development Website*)

Setelah *prototype* disetujui, tim perancang mulai mengubah rancangan tersebut menjadi *website* sebenarnya menggunakan bahasa pemrograman dan teknologi web yang sesuai (*HTML*, *CSS*, dan *JavaScript*). Pada tahap ini semua fitur dan tampilan mulai direalisasikan secara fungsional.

e. Menguji Sistem (*Testing Website*)

Website yang telah selesai dibuat kemudian diuji untuk memastikan seluruh fitur dan tampilan bekerja dengan baik. Pengujian fungsional meliputi pengecekan navigasi, validasi form, responsivitas tampilan, serta aspek *usability* yaitu kesesuaian *website* dengan kebutuhan pengguna. Jika ditemukan kekurangan, tim perencana melakukan perbaikan sebelum *website* siap digunakan atau dipublikasikan

1. Pengujian *Blackbox Testing*

Pengujian *BlackBox* merupakan pengujian perangkat lunak yang bertujuan untuk mengevaluasi fungsionalitas sistem tanpa memperhatikan struktur internal atau kode program. Pengujian ini dilakukan dengan memberikan input tertentu dan menilai keluaran yang dihasilkan untuk memastikan sistem berjalan sesuai dengan kebutuhan dan spesifikasi yang telah ditetapkan.[16].

Tabel 1. Pengujian *BlackBox testing* [17]

No	Kegiatan	Fungsi	Pertanyaan	Hasil	
				Ya	Tidak
1	Home	Menampilkan informasi utama	Apakah halaman home menampilkan informasi utama usaha <i>Rylicious</i> ?		

2	About	Menampilkan profil usaha	Apakah <i>about</i> menampilkan profil dan deskripsi usaha <i>Rylicious</i> ?
3	Products	Menampilkan daftar menu	Apakah halaman <i>products</i> menampilkan daftar <i>products</i> kuliner <i>Rylicious</i> ?
4	Detail products	Menampilkan nama, harga, dan deskripsi	Apakah Sistem menampilkan detail <i>products</i> (nama, harga, deskripsi)?
5	Services	Menampilkan Layanan	Apakah <i>services</i> menampilkan layanan yang disediakan?
6	Contact	Menampilkan kontak dan lokasi	Apakah <i>contact</i> menampilkan informasi <i>contact</i> dan lokasi usaha?
7	Form Contact	Mengirim pesan ke pengguna	Apakah Form <i>contact</i> dapat mengirim pesan dari pengguna?
8	Navigasi	Berpindah antara halaman	Apakah perpindahan antara menu berjalan dengan baik?

Persentase hasil pengujian dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut [18] :

$$X = I/P$$

Keterangan :

I = Jumlah fitur yang berhasil di implementasikan (1)

P = Jumlah Fitur yang di desain

2. Pengujian usability testing

a. Analisis Data Usability

Pengujian aspek usability dilakukan menggunakan kuesioner USE yang dibagikan kepada responden. Pengukuran dilakukan dengan Skala *Likert*, yang digunakan untuk menilai pendapat dan persepsi responden terhadap objek penelitian. Untuk mendukung analisis kualitatif, setiap jawaban pada skala *Likert* diberikan nilai skor [19].

Tabel 2. Klasifikasi Skor Menurut Skala *Likert* [20]

Kategori	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase hasil pengujian adalah sebagai berikut [21] :

$$\text{Persentase Skor} = \frac{\text{skor total}}{\text{skor maksimal}} \times 100\% \quad (2)$$

Hasil presentasi skor usability kemudian diinterpretasikan dengan tabel kriteria interpretasi skor

Tabel interpretasi kriteria skor dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3. Kriteria persentase skor [22]

Presentasi skor	Skor
81-100	Sangat layak
61-80	layak
41-60	Kurang layak
21-40	Tidak layak
<21	Sangat tidak layak

Tabel 4. Pengujian *Usability* [19]

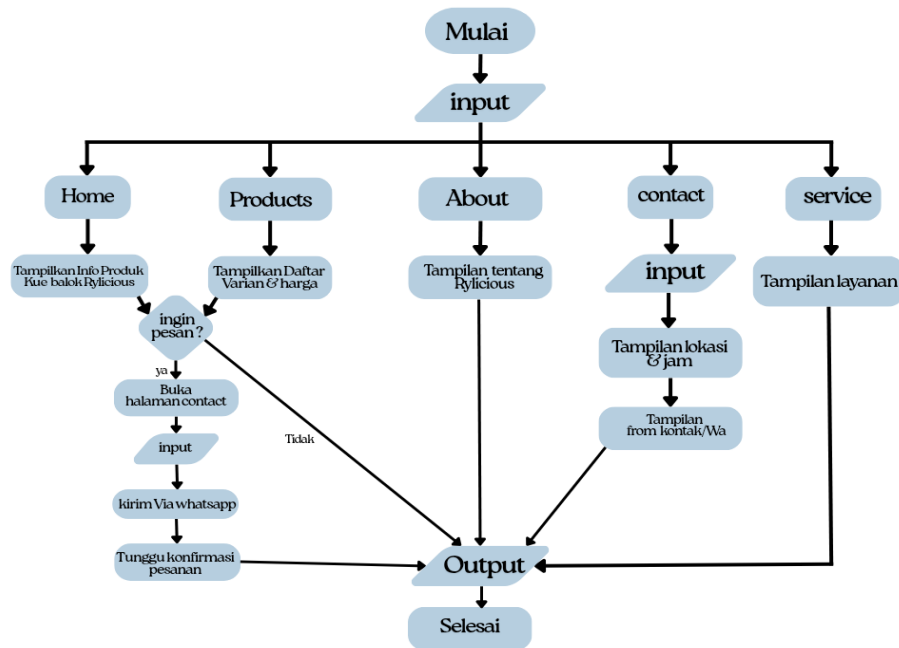
No	Pertanyaan	Skala Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
	<i>Leanability</i> (kemudahan <i>Website</i> Dipelajari)					
1.	<i>Website Rylicious</i> mudah untuk dipelajari dan dipahami penggunaannya					
2.	Saya dapat menggunakan <i>website Rylicious</i> tanpa harus membaca panduan terlebih dahulu					
3.	Saya mudah mengingat cara melakukan pemesanan atau navigasi di <i>website Rylicious</i>					
	<i>Operality</i> (Kemudahan <i>Website</i> Untuk Dioperasikan)					
4.	<i>Website Rylicious</i> berfungsi dengan baik tanpa adanya(Eror)					
5.	<i>Website</i> dapat diakses dengan lancar menggunakan smarthphone maupun laptop					
6.	Saya dapat melakukan pemesanan kue balok lumer di <i>website</i> ini					
	<i>Attractivenes</i> (Daya Tarik <i>Website Rylicious</i>)					
7.	Nama <i>website Rylicious</i> mudah diingat oelh pengguna					
8.	Tata letak konten,gambar,dan tulisan pada halaman terlihat menarik dan jelas					
9.	Desain <i>website Rylicious</i> memiliki warna dan tampilan yang menggugah selera pembeli					
10.	<i>Website</i> ini memberikan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan pelanggan					
	<i>Satisfaction</i> (Kepusan Pengguna pada <i>Website Rylicious</i>)					
11.	Saya merasa nyaman menggunakan <i>website Rylicious</i> untuk melihat produk					
12.	Informasi produk,harga,dan varian rasa mudah ditemukan di <i>website</i>					
13.	Secara keseluruhan,saya puas menggunakan <i>website Rylicious</i>					

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Implementasi

Implementasi website UMKM dilakukan berdasarkan analisis kebutuhan pengguna, struktur informasi, dan rancangan antarmuka yang telah disusun sebelumnya. Hasil akhirnya mencerminkan fungsi utama UMKM kuliner, yaitu menampilkan produk, memberikan informasi usaha, serta menyediakan akses pemesanan yang mudah. Adapun hasil implementasi sebagai berikut :

a. Flowchart



Gambar 2. Flowchart website Rylicious

Sumber : Analisis hasil olah data

Flowchart website Rylicious menggambarkan alur interaksi pengguna yang dimulai dari membuat *website* dan melihat menu navigasi. Pengguna dapat memilih halaman *home*, *products*, *contact*, *about*, pengguna ditampilkan informasi produk dan daftar varian beserta harga, kemudian diberi pilihan untuk melakukan pemesanan. Jika pengguna memilih untuk memesan, maka pengguna menentukan varian dan jumlah produk, menghubungi penjual melalui whatsapp, menunggu konfirmasi, hingga pesanan diantar atau diambil. Jika pengguna tidak melanjutkan pemesanan atau hanya mengakses halaman informasi seperti *about*, *servicecs*, atau *contact*, maka proses berakhir setelah informasi ditampilkan.

b. Membangun Prototyping

Tahap ini membuat rancangan awal tampilan dan alur *website Rylicious*, mulai dari sketsa *layout* hingga *prototype* sederhana. *Prototype* digunakan untuk memvisualisasikan desain, menguji navigasi, dan memastikan kebutuhan sudah sesuai sebelum *website* dikembangkan.



Gambar 3. Prototype Website Rylicious Halaman Home

c. Pengkodean Sistem (Development Website)

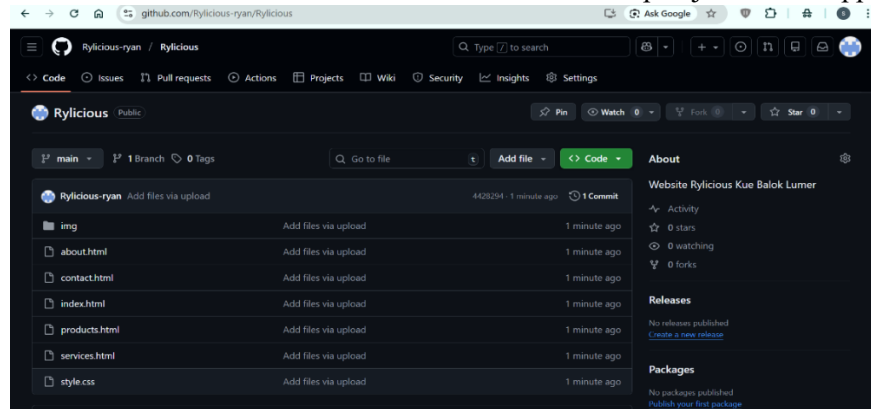
Tahap pengkodean siste dilakukan setelah peoses perancangan selesai. Pada tahap ini, rancangan antarmuka dan salur sistem diterjemahkan ke dalam bentuk kode program menggunakan bahasa pemrograman *HTML*, *CSS* dan *JavaScript*. *HTML* digunakan untuk membangun struktur halaman *website*, seperti menu navigasi serta konten pada *Home*, *About*, *Products*, *services* dan *contact*. *CSS* digunakan untuk mengatur tampilan visual *website*, meliputi tata letak, warna, ukuran teks, serta responsivitas tampilan agar *website* diakses dengan baik pada berbagai perangkat. Sementara itu, *JavaScript* digunakan untuk menambahkan interaktivitas pada *website*, seperti pengelolaan tombol navigasi, validasi sederhana pada form kontak, serta respons terhadap aksi pengguna.



The image shows a mobile application interface for 'Rylicious'. At the top, there's a navigation bar with a teal background and white icons for home, search, cart, and profile. Below this, the app's name 'Rylicious' is displayed in a bold, sans-serif font. The main section is titled 'Kue Balok Lumer Rylicious' in a large, bold font. Underneath, a subtitle reads 'Kue balok lumer dengan tekstur lembut dan topping melimpah, cocok untuk semua momen spesialmu.' A pink button labeled 'Pesan / Hubungi Kami' is prominently placed. The next section, 'Kenapa Rylicious?', lists three benefits: 'Selalu Fresh' (Always Fresh), 'Topping Melimpah' (Generous Toppings), and 'Cocok untuk Segala Momen' (Suitable for All Moments). Below this, the 'Varian Rasa Favorit' (Favorite Flavor Variants) section shows five options: 'Coklat Lumer Klasik', 'Green Tea Creamy', 'Tiramisu', 'Kayu Melimpah', and 'Mix Topping (campur beberapa rasa)'. The final section, 'Cara Pesan Rylicious' (How to Order Rylicious), contains three numbered steps: 1. 'Pilih Varian' (Choose Variant), 2. 'Hubungi Kami' (Contact Us), and 3. 'Tunggu Pesanan Diantar' (Wait for Delivery). The footer includes a copyright notice: '© Created By Boris Digital 2024 UMS Rappang X Rylicious. All rights reserved.'

Gambar 5. Website Rylicious sebelum Github

Copyright © 2026 The Authors, Page 7

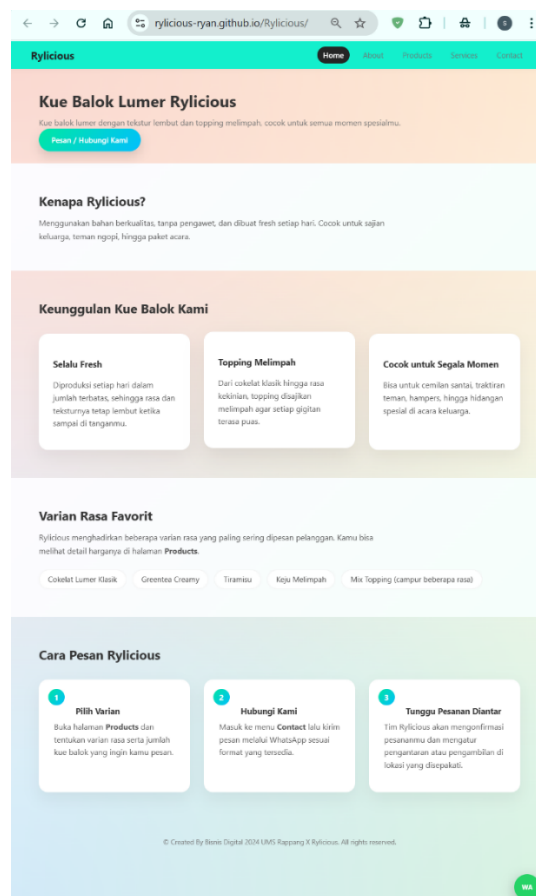


Gambar 6. Github pages websiteRylicious

Tahap ini memastikan sistem berjalan dengan baik pada lingkungan lokal maupun saat diakses secara online serta seluruh file HTML, CSS, dan JavaScript dapat berfungsi secara optimal.

1. Home

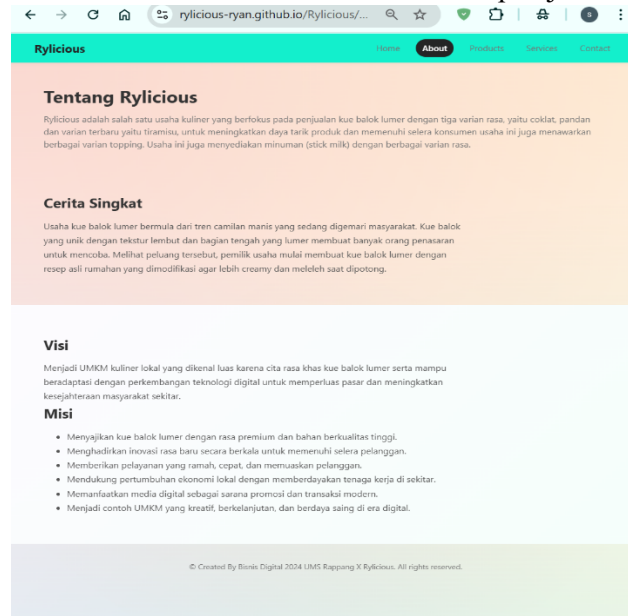
Menu *Home* yaitu tampilan utama *website* yang ditampilkan saat pertama kali diakses oleh pengguna. Pada halaman ini ditampilkan identitas *website*, *banner*, serta menu navigasi menuju halaman *about*, *product*, *service*, dan *contact*.



Gambar 7. Halaman home web Rylicious

2. About

Menu *About* yaitu halaman yang berisi informasi singkat mengenai profil usaha dan gambar umum terkait bisnis yang dijalankan.



Gambar 8. Halaman about web Rylicious

3. Products

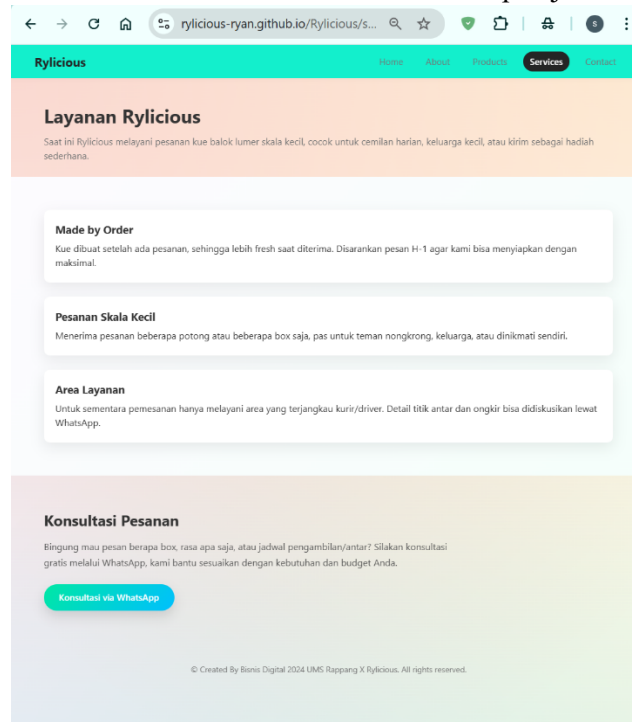
Menu *product* yaitu halaman yang menampilkan daftar produk yang tersedia beserta gambar dan deskripsi singkat dari masing-masing produk.



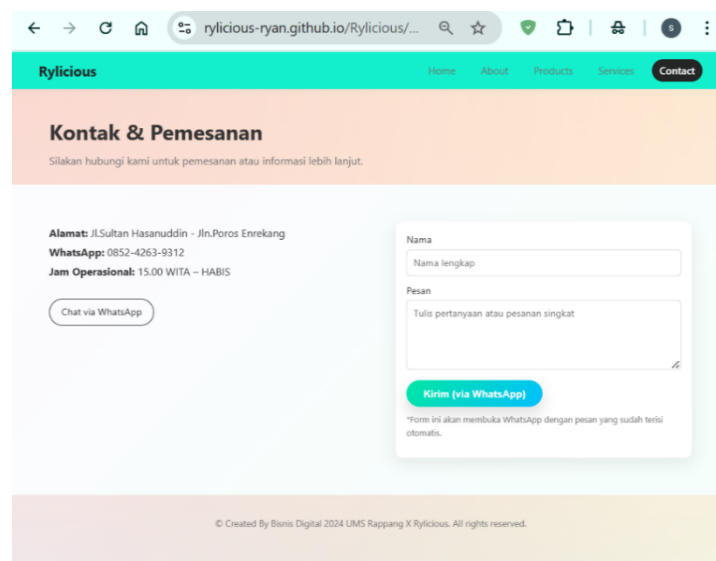
Gambar 9. Halaman products web Rylicious

4. Service

Menu *service* yaitu halaman yang berisi informasi mengenai layanan yang disediakan oleh usaha.

Gambar 10. Halaman *services web Rylicious*5. *Contact*

Menu *Contact* yaitu halaman yang berisi informasi kontak berupa alamat, nomor whatsapp, email, serta formulir *contact* yang dapat digunakan oleh pengunjung.

Gambar 11. Halaman *contact web Rylicious*3.2. Pengujian *Blackbox testing*

Pengujian dilakukan untuk menilai karakteristik *functionality* pada sistem yang dikembangkan. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa test case yang terdiri dari 8 pertanyaan terkait fungsi-fungsi utama dalam aplikasi yang dirancang. Instrumen pengujian *Blackbox Testing* tersebut telah divalidasi oleh dosen ahli. Setiap fungsi yang berjalan dengan baik akan diberi tanda ceklis pada kolom “Ya”, sedangkan fungsi yang tidak berjalan dengan baik akan diberi tanda ceklis pada kolom “Tidak”.

Tabel 5. Analisis data *blackbox testing* [19]

Jawaban	Skor oleh validator	Hasil
Ya	8	8
Tidak	0	0

Skor Maksimal	8	8
---------------	---	---

Sumber : hasil olah data

Setelah melakukan pengujian terhadap aspek *functionality* menggunakan instrumen *tes case*, diperoleh *persentase* hasil penilaian sebagai berikut [18] :

$$\text{Ya} : \frac{8}{8} \times 100\% = 100\% \quad (1)$$

$$\text{Tidak} : \frac{0}{8} \times 100\% = 0\%$$

Berdasarkan hasil analisis data sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 5, diketahui bahwa seluruh fungsi yang diuji berjalan dengan baik. Hasil pengujian *Blackbox Testing* menunjukkan *persentase* sebesar 100%, yang melebihi batas kelayakan ($\geq 50\%$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *website* yang dibuat berada pada kategori “Sangat Layak”.

3.3. Pengujian Usability Testing

Dalam penelitian ini, pengujian *usability* dilakukan dengan menggunakan kuesioner USE yang diukur melalui skala *Likert*.

Berdasarkan jawaban responden pada kuisenon USE, setiap jumlah jawaban dikalikan dengan skor yang telah ditentukan untuk memperoleh skor total dari keseluruhan responden. Perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Olah Data

No	Kategori Jawaban (x)	frekuensi (f)	f.x
1	Sangat Setuju (5)	63	315
2	Setuju (4)	65	260
3	Kurang Setuju (3)	2	6
4	Tidak Setuju (2)	0	0
5	Sangat Tidak Setuju (1)	0	0
Total			581

Jumlah skor ideal untuk seluruh item adalah $5 \times 10 \times 13 = 650$. Berdasarkan data yang diperoleh, tingkat persetujuan responden dihitung dengan rumus $(581/650) \times 100\%$ sehingga menghasilkan *persentase* sebesar 89,38%. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa dari 10 responden, diperoleh 63 point pada kategori sangat setuju, 65 point pada kategori setuju, 2 point untuk kategori kurang setuju dan 0 point untuk kategori tidak setuju dan kurang setuju. Dengan demikian, angka penafsiran yang dihasilkan 89,38%, yang termasuk dalam kriteria baik. Hal ini menunjukkan tingkat kepuasan responden terhadap *Website Rylicious* secara umum.

Hasil pengujian *usability* didasarkan pada tanggapan responden terhadap kuesioner yang diberikan. Responden yang digunakan berjumlah 10 orang, yang terdiri dari sembilan pelanggan dan satu karyawan, karena pengguna sistem pada usaha *Rylicious* masih terbatas. Kuesioner tersebut diberikan kepada pengguna sistem informasi pengarsipan file usaha *Rylicious* sebagai bagian dari proses pengujian *usability*.

$$\text{Persentase Skor} = \frac{581}{650} \times 100\% \quad (2)$$

Tabel 7. Analisis data *usability testing* [22]

Responden	Skor Total	Skor Diharapkan	Presentase (%)	Kategori
10 Orang	581	650	89,38%	Sangat Layak

Berdasarkan hasil pengujian *usability* yang dilakukan, *Website Rylicious* memperoleh nilai sebesar 89,38%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *website Rylicious* memiliki tingkat kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan kepuasan pengguna yang baik. Berdasarkan penilaian Menggunakan *Skala Likert*, *website* ini termasuk dalam kategori layak, sehingga dapat digunakan secara optimal oleh pengguna dalam mendukung aktivitas pemesanan dan penyajian informasi.

3.4. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, pengembangan *website* sebagai media pemasaran digital pada UMKM *Rylicious* menunjukkan bahwa media promosi berbasis *website* yang dibuat telah digunakan dengan baik oleh pemilik usaha *Rylicious*. Permasalahan utama yang dihadapi sebelum adanya *website* adalah keterbatasan media promosi yang masih bergantung pada media sosial dan belum terintegrasi secara profesional. Kondisi tersebut menyebabkan penyampaian informasi produk kurang terstruktur dan proses pemesanan belum optimal. Kehadiran *website* mampu menjadi solusi permasalahan tersebut dengan menyediakan pusat informasi usaha yang memuat profil UMKM, daftar produk, harga, serta akses pemesanan yang mudah bagi konsumen. Penelitian terdahulu umumnya memanfaatkan media

pemasaran digital secara terpisah seperti media sosial atau aplikasi pesan instan, sedangkan penelitian ini menekankan pengembangan *website* sebagai media pemasaran digital yang terintegrasi, profesional, dan mendukung promosi serta pemesanan secara lebih terstruktur.

Metode *Prototype* yang digunakan dalam penelitian ini terbukti efektif dalam menghasilkan *website* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Kebutuhan dan permasalahan UMKM *Rylicious* diperoleh melalui proses pengumpulan data yang menjadi dasar perancangan sistem. Gambaran awal *website* diwujudkan dalam bentuk *prototype* yang memungkinkan penyesuaian fitur dan tampilan melalui keterlibatan langsung pelaku usaha. Masukan yang diperoleh digunakan dalam proses pengembangan hingga menghasilkan sistem yang fungsional. Kinerja sistem kemudian diuji melalui *Blackbox Testing* dan menunjukkan bahwa seluruh fungsi sistem berjalan dengan baik dengan tingkat keberhasilan 100%. Tingkat kelayakan penggunaan diukur melalui pengujian *usability Testing* yang memperoleh nilai sebesar 89,38% dan termasuk dalam kategori sangat layak. *Website* yang dihasilkan siap digunakan sebagai media pemasaran digital dengan tingkat kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan kepuasan pengguna yang tinggi.

Dari sisi kelayakan penerapan sistem, hasil observasi dan evaluasi menunjukkan bahwa *website* yang dikembangkan layak digunakan sebagai media pemasaran digital bagi UMKM *Rylicious*. Sebelum adanya *website*, proses promosi dan pemesanan masih dilakukan secara manual dan tersebar di berbagai sosial media, sehingga kurang efisien dan sulit dikelola. Setelah *website* diimplementasikan, alur informasi dan pemesanan menjadi lebih terstruktur, mudah diakses, dan konsisten. Hal ini disukung oleh hasil pengujian *funcionality* yang mencapai 100% serta pengujian *usability* dengan *persentase* 89,38% yang termasuk dalam kategori sangat layak. Dengan demikian, *website* dinilai layak secara fungsional dan operasional untuk mendukung aktivitas pemasaran dan pelayanan konsumen pada UMKM *Rylicious*.

Hasil Pembahasan ini menunjukkan bahwa *website* tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi sebagai media pendukung transaksi dan peningkatan kredibilitas UMKM *Rylicious*. Dengan tampilan yang profesional dan informasi yang terstruktur, *website* mampu memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan efektifitas promosi dibandingkan metode sebelumnya. Temuan ini sejalan dengan tujuan penelitian, yaitu menjadikan *website* sebagai strategi pemasaran digital yang terintegrasi dan berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan UMKM Kuliner. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan dan menguji fitur *website* yang lebih lengkap, seperti pemesanan dan pembayaran digital serta dapat mengukur peningkatan penjualan secara kuantitatif dan membandingkannya dengan media pemasaran digital lainnya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, pengembangan *website* sebagai media pemasaran digital pada UMKM *Rylicious* berhasil menjawab permasalahan pemasaran yang sebelumnya masih bergantung pada media sosial dan belum terintegrasi secara profesional. Media promosi yang dikembangkan mampu menjadi pusat informasi usaha yang menyajikan profil UMKM, produk layanan, serta akses pemasaran secara terstruktur dan mudah diakses oleh konsumen, sehingga mendukung efektivitas promosi dan peningkatan kredibilitas usaha. Penerapan metode *Prototype* terbukti efektif dalam menghasilkan media promosi berbasis *website* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengujian *Blackbox Testing* dengan tingkat keberhasilan 100% serta hasil pengujian *usability* sebesar 89,38% yang termasuk dalam kategori sangat layak. Dengan demikian, *website* yang dikembangkan dinyatakan layak secara fungsional dan operasional untuk digunakan sebagai media pemasaran digital UMKM *Rylicious* serta berpotensi mendukung pengembangan usaha di masa mendatang. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan dan menguji fitur *website* yang lebih lengkap serta mengukur peningkatan penjualan secara kuantitatif dan membandingkannya dengan media pemasaran digital lainnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT. Atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada UMKM *Rylicious* atas izin dan dukungan yang diberikan selama pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing Bapak Muh. Wildan Mauludy, A. Md., S.Pd., M. Kom. atas bimbingan, arahan, dan masukan yang diberikan selama proses penelitian. Selain itu, penulis turut mengapresiasi para responden pengisi kuesioner, serta seluruh pihak yang telah berkontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian penelitian ini. Kami menyadari bahwa jurnal ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga jurnal ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

REFERENCES

- [1] S. Fitria Putri, W. F. Rahim, K. Akuntansi, and P. Tedc Bandung, "Perancangan Dan Implementasi Sistem Informasi. Sukma Fitria Putri," 2022.
- [2] S. Al Farisi and M. Iqbal Fasa, "Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, vol. 9, no. 1, 2022, [Online]. Available: <http://ejournal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/index>
- [3] R. Yulita, S. Ali, F. Saptiani, I. A. Bisnis, and U. Lampung, "Peran Media Digital Dalam Promosi Pariwisata Oleh Pemerintah Indonesia (Studi Pada Beberapa Website Pemerintah Indonesia) The Role Of Digital Media In Tourism Promotion (Study At Several Indonesian Government Websites)."
- [4] S. Endang Anjarwani, A. Aranta, I. Gede Pasek Suta Wijaya, and S. Ika Murpratiwi, "Sosialisasi Internet Sehat Dan Pelatihan Penggunaan Internet Sebagai Media Penunjang Pembelajaran Di Sd Negeri Anggaraksa (Safety Internet Socialization and Training on Using the Internet as a Media To Support Learning at SD Negeri Anggaraksa)," Sep. 2023. [Online]. Available: <http://begawe.unram.ac.id/index.php/JBTI/>
- [5] K. D. Arviani, K. Y. S. Putri, and N. A. Romli, "Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Brand Awareness Produk Lokal Erigo Apparel," vol. 5, no. 2, 2023, [Online]. Available: www.ejournal.stikpmedan.ac.id
- [6] M. Firmansyah Bratadiredja, P. Studi Ilmu Komunikasi, and F. Komunikasi dan Informasi, "Pemanfaatan Tiktok Sebagai Digital Marketing Dalam Promosi Kuliner Bagi Pelaku Umkm," *Commed : Jurnal Komunikasi dan Media*, vol. 7, no. 2, 2023.
- [7] F. Aditya, A. P. Pratama, R. Kurniasari, and A. Amrulloh, "Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Kue Pancong Lumer Kitchenette Cabang Depok," *JURNAL ECONOMINA*, vol. 3, no. 1, pp. 47–57, Jan. 2024, doi: 10.55681/economina.v3i1.1128.
- [8] Z. Syaiful Anhar, G. Marsasi, and E. G. Marsasi, "Strategi Mempertahankan Bisnis Pada Toko Kue Balok Parikesit Sisingamangaraja Dengan Pendekatan Business Model Canvas."
- [9] D. Astria, M. Santi, and S. Muhammadiyah Tulungagung, "Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)." [Online]. Available: <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>
- [10] N. Sahira Bahar, M. Riansyah, A. Hestiningtyas, and A. Pratama, "Rancang Bangun Website E-Commerce Berbasis Wordpress Pada Umkm A.I Sweet Kota Balikpapan," Bulan Desember, 2024.
- [11] M. Firmansyah Bratadiredja, P. Studi Ilmu Komunikasi, and F. Komunikasi dan Informasi, "Pemanfaatan Tiktok Sebagai Digital Marketing Dalam Promosi Kuliner Bagi Pelaku Umkm," *Commed : Jurnal Komunikasi dan Media*, vol. 7, no. 2, 2023.
- [12] T. A. Nugroho¹ and F. Citra Azzahra², "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do," vol. 5, no. 1, p. 136, 2022.
- [13] A. Sahlan and S. P. Saragih, "Perancangan Aplikasi Kamus Biomolekul Menggunakan Metode PrototypE," *JURNAL COMASIE*, vol. 11, no. 01, 2024.
- [14] Mauludy M. Wildan, "Pengembangan Sistem Informasi Pengarsipan File Menggunakan Metode R&D," *Journal of Informatics Management and Information Technology*, vol. 5, no. 2, pp. 128–136, 2025, doi: 10.47065/jimat.v5i2.484.
- [15] S. Abdullah, "Perancangan Aplikasi Ekstrakurikuler Berbasis Web Menggunakan Metode Prototype Di Smk Plus Nusa Putra," 2022.
- [16] R. Angel, W. Agustina, N. Nurhasanah, A. C. Mauluddin, and R. N. Handayani, "Pengembangan Platform E-Commerce UMKM Berbasis Laravel dengan Blackbox Testing dan Metode Waterfall," *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Indonesia*, vol. 5, no. 2, Feb. 2025, doi: 10.52436/1.jpti.684.
- [17] D. Asna Nugraha, "Pengembangan Sistem Rekomendasi untuk Pengelolaan Stok pada E-Commerce dengan Metode RAD dan SMA," Bulan Agustus | Hal, 2025.
- [18] M. W. Mauludy, "Rancang Bangun Web Repository Mahasiswa GCS," vol. 3, no. 3, p. 1, 2020.
- [19] Natalia Kristiani Pangemanan, Gizelda Felicya Jeanette Lewu, Ade Yusupa, and Victor Tarigan, "Evaluasi UI/UX Portal INSPIRE Universitas Sam Ratulangi Menggunakan Metode Usability Testing Dan System Usability Scale," vol. Volume 7, 2025, Accessed: Dec. 28, 2025. [Online]. Available: <https://ejournal.warunayama.org/kohesi>
- [20] L. Mutiara, N. Agustini, S. Cms, J. Raya, and B. Sumedang, "Merancang Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Sman 13 Bandung," *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, no. 9, 2025, doi: 10.30631/baitululum.v8i2.239.
- [21] M. Wildan Mauludy, "Pengembangan Sistem Informasi Pengarsipan File Menggunakan Metode R&D," *Journal of Informatics Management and Information Technology*, vol. 5, no. 2, pp. 128–136, 2025, doi: 10.47065/jimat.v5i2.484.