



**SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI TERPADU NURUL FIKRI**

**OPTIMALISASI PEMASARAN MELALUI PEMBUATAN  
SITUS *WEB* PROMOSI MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS:  
STUDI KASUS DIMSUM NAFIADH DI KOTA TANGERANG**

**TUGAS AKHIR**

**ADHITYA RAHMAN**

**0110120005**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**DEPOK**

**2024**



**STT TERPADU  
NURUL FIKRI**

**SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI TERPADU NURUL FIKRI**

**OPTIMALISASI PEMASARAN MELALUI PEMBUATAN  
SITUS *WEB* PROMOSI MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS:  
STUDI KASUS DIMSUM NAFIADH DI KOTA TANGERANG**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Komputer**

**STT NF**

**ADHITYA RAHMAN**

**0110120005**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**DEPOK**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi/Tugas Akhir ini adalah hasil karya penulis, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Adhitya Rahman.

NIM : 0110120005.

Tanda Tangan : 

Tanggal : 13 Agustus 2024.

STT - NF

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi/Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Adhitya Rahman.

NIM : 0110120005.

Program Studi : Sistem Informasi.

Judul Skripsi : Optimalisasi Pemasaran Melalui Pembuatan Situs *Web* Promosi Menggunakan CMS Wordpress: Studi Kasus Dimsum Nafiadh di Kota Tangerang.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing

(Laisa Nurin Mentari, S.Kom., M.M.S.I.)

Penguji

(Shelly Pramudiawardani, S.T., M.Kom.)

# STT - NF

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 13 Agustus 2024

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi/Tugas Akhir ini. Penulisan skripsi/Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana komputer Program Studi Sistem Informasi pada Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari perkuliahan sampai penyusunan skripsi/tugas akhir ini, sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT.
2. Orang tua dan semua anggota keluarga yang telah memberikan dorongan baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian tugas ini.
3. Bapak Dr. Lukman Rosyidi, S.T., M.M., M.T selaku Ketua Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
4. Ibu Misna Azqia, M.Kom selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
5. Ibu Dr. Amalia Rahma, S.T., M.T selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama perkuliahan di Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
6. Ibu Laisa Nurin Mentari, S.Kom, M.M.S.I selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis dalam menyelesaikan penulisan ilmiah ini.
7. Ibu Shelly Pramudiawardani, S.T., M.Kom. selaku Dosen Penguji Tugas Akhir penulis dalam menyelesaikan penulisan ilmiah ini.
8. Para Dosen di lingkungan Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri yang telah membimbing penulis dalam menuntut ilmu yang telah diberikan.
9. Semua sahabat dan teman penulis yang telah membantu mendorong dan memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

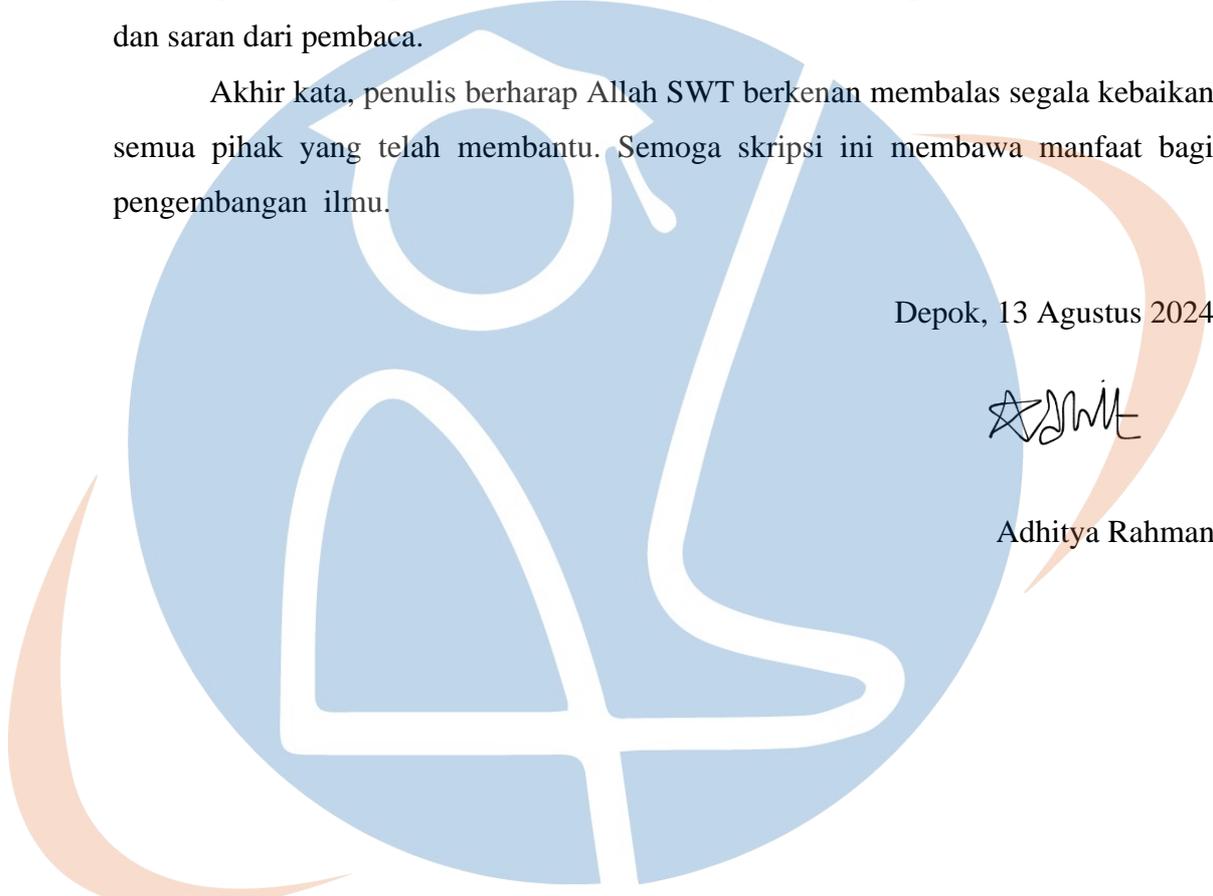
Dalam penulisan ilmiah ini tentu saja masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan yang mungkin disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Walaupun demikian, penulis telah berusaha menyelesaikan penulisan ilmiah ini sebaik mungkin. Oleh karena itu apabila terdapat kekurangan di dalam penulisan ilmiah ini, dengan rendah hati penulis menerima kritik dan saran dari pembaca.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 13 Agustus 2024



Adhitya Rahman



STT - NF

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adhitya Rahman.  
NIM : 0110120005.  
Program Studi : Sistem Informasi.  
Jenis karya : Skripsi/Tugas Akhir.

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STT-NF **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty - Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Optimalisasi Pemasaran Melalui Pembuatan Situs Web Promosi Menggunakan CMS Wordpress: Studi Kasus Dimsum Nafiadh di Kota Tangerang”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini STT-NF berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 13 Agustus 2024

STT - NF

Yang Menyatakan



(Adhitya Rahman)

## ABSTRAK

Nama : Adhitya Rahman.

NIM : 0110120005.

Program Studi : Sistem Informasi.

Judul : Optimalisasi Pemasaran Melalui Pembuatan Situs *Web* Promosi Menggunakan CMS Wordpress: Studi Kasus Dimsum Nafiadh di Kota Tangerang.

Tugas Akhir ini membahas penerapan *website* promosi menggunakan CMS berbasis WordPress untuk memperkenalkan Dimsum Nafiadh, kuliner makanan ringan. Di era digital, jual beli *online* sangat penting bagi kesuksesan bisnis. Sebelum memiliki *website*, Dimsum Nafiadh kesulitan mempromosikan produk secara efektif karena kompleksitas pembuatan *website*. Melalui situs *web* <https://dimsumtangerang.my.id/>, Dimsum Nafiadh berhasil menarik perhatian pelanggan potensial dan memberikan pengalaman pengguna yang memuaskan. Pemilihan CMS WordPress sangat tepat karena fleksibilitas dan kemudahannya. Proses pengembangan situs *web* mencakup perancangan *layout*, integrasi fitur promosi, dan peningkatan pengalaman pengguna. Berdasarkan analisis data responden dan pengujian fungsionalitas, *website* Dimsum Nafiadh memberikan kesan positif dan melampaui ekspektasi pengguna dalam hal navigasi, desain, dan informasi produk. Semua elemen navigasi dan tombol *Click-to-Action* (CTA) berfungsi optimal, menunjukkan bahwa *website* ini dikembangkan dengan sangat baik. Responden sangat antusias mengunjungi *website*, dengan beberapa saran penambahan fitur. Secara keseluruhan, *website* Dimsum Nafiadh berhasil meningkatkan *brand awareness* secara efektif, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan di industri kuliner dan makanan ringan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif terapan untuk mengeksplorasi langkah-langkah pembuatan situs *web* dan dampaknya terhadap kesadaran merek Dimsum Nafiadh dalam lingkungan digital.

Kata Kunci: CMS Wordpress, *website* promosi, *brand awareness*, Dimsum Nafiadh.

## **ABSTRACT**

*Name* : Adhitya Rahman.

*NIM* : 0110120005.

*Study Program* : Information System.

*Title* : *Marketing Optimization Through the Creation of a Promotional Website Using Wordpress CMS: Case Study of Dimsum Nafiadh in Tangerang City.*

*This final project discusses the implementation of a promotional website using a WordPress-based CMS to introduce Dimsum Nafiadh, a culinary snack. In the digital era, online buying and selling is very important for business success. Before having a website, Dimsum Nafiadh had difficulty promoting products effectively due to the complexity of website creation. Through the website <https://dimsumtangerang.my.id/>, Dimsum Nafiadh managed to attract the attention of potential customers and provide a satisfying user experience. The selection of WordPress CMS is very appropriate because of its flexibility and ease. The website development process includes designing the layout, integrating promotional features, and improving the user experience. Based on the analysis of respondent data and functionality testing, the Dimsum Nafiadh website gives a positive impression and exceeds user expectations in terms of navigation, design, and product information. All navigation elements and Click-to-Action (CTA) buttons function optimally, indicating that this website is very well developed. Respondents are very enthusiastic about visiting the website, with some suggestions for adding features. Overall, the Dimsum Nafiadh website has succeeded in increasing brand awareness effectively, which is expected to increase sales in the culinary and snack industry. This study uses an applied qualitative approach to explore the steps of website creation and its impact on Dimsum Nafiadh's brand awareness in the digital environment.*

*Keywords:* Wordpress CMS, promotional website, brand awareness, Dimsum Nafiadh.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II KAJIAN LITERATUR .....	7
2.1 Tinjauan Pustaka .....	7
2.2 Penelitian Terkait .....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	21
3.1 Jenis Penelitian .....	21
3.2 Metode Analisis Data .....	21
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	22

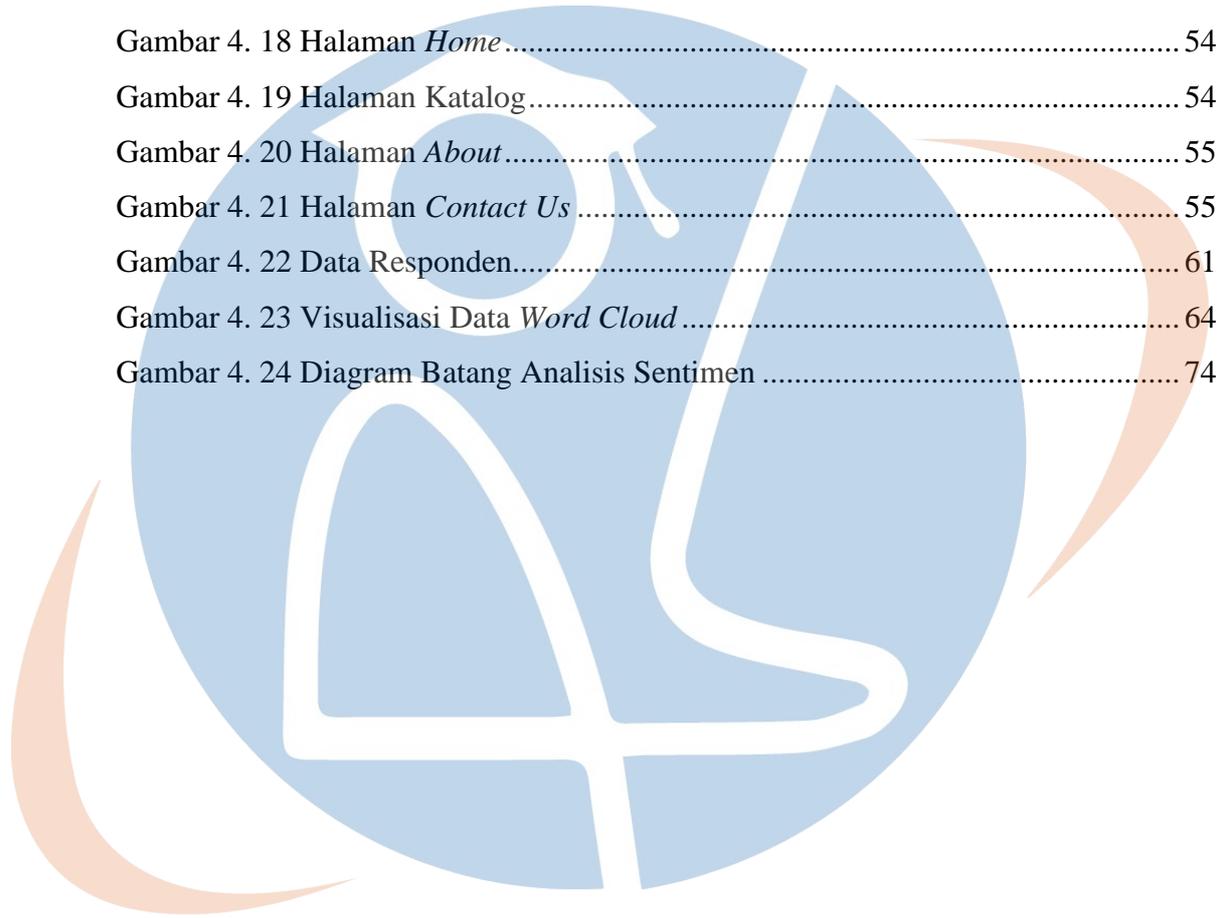
3.4	Tahapan Penelitian .....	24
3.5	Metode Pengujian.....	27
3.6	Lingkungan Pengembangan .....	28
<b>BAB IV IMPLEMENTASI DAN EVALUASI.....</b>		<b>30</b>
4.1	Tahapan penelitian .....	30
4.2	Pengumpulan Data.....	31
4.1.1	Wawancara.....	31
4.1.2	Analisis Kebutuhan.....	41
4.3	Perancangan sistem .....	47
4.3.1	<i>Mockup</i> Aplikasi .....	47
4.3.2	Halaman Admin .....	50
4.4	Implementasi .....	51
4.4.1	<i>Hosting</i> dan <i>domain</i> .....	51
4.4.2	Instalasi Wordpress .....	51
4.4.3	Instalasi <i>Theme Astra</i> .....	52
4.4.4	<i>Landing Page</i> .....	53
4.5	<i>Testing</i> .....	55
4.5.1	<i>Blackbox Testing</i> .....	56
4.6	Evaluasi .....	59
4.6.1	Kuesioner .....	59
4.6.2	Identifikasi pola.....	65
4.6.3	Analisis Sentimen .....	74
4.6.4	Analisa masalah atau kelemahan .....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>76</b>
5.1	Kesimpulan.....	76

5.2	Saran .....	77
	DAFTAR PUSTAKA .....	78
	LAMPIRAN .....	81

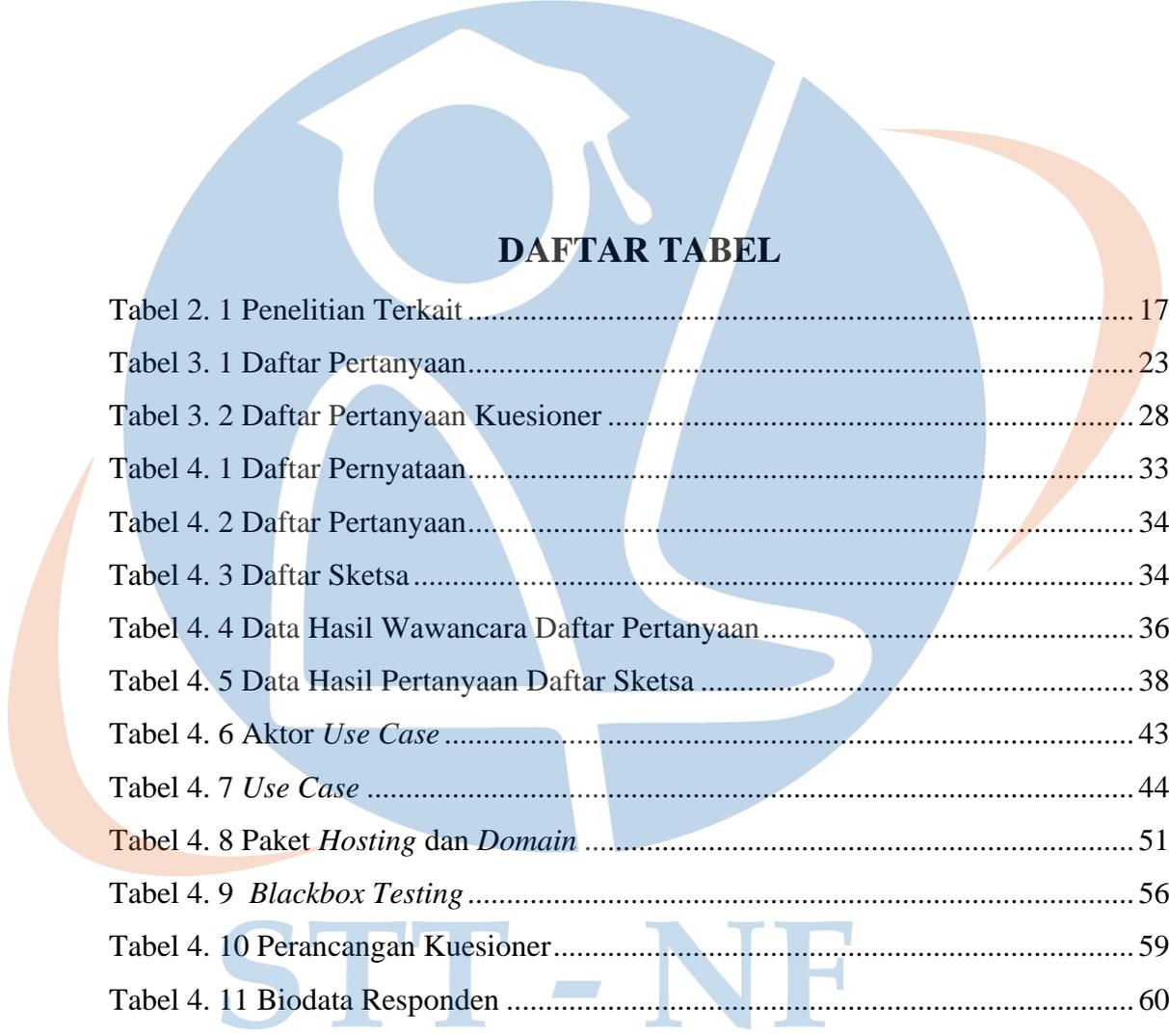
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	<i>Logo</i> Dimsum Nafiadh .....	7
Gambar 2. 2	Dokumentasi Promosi Lewat Whatsapp .....	8
Gambar 2. 3	Toko Dimsum Nafiadh .....	9
Gambar 2. 4	Langkah-Langkah Metode <i>Waterfall</i> .....	10
Gambar 2. 5	Contoh <i>Use Case</i> Diagram .....	13
Gambar 2. 6	Contoh <i>Activity</i> Diagram .....	14
Gambar 3. 1	Tahapan Penelitian .....	24
Gambar 4. 1	<i>Flowchart</i> Tahapan Penelitian .....	30
Gambar 4. 2	Tahapan Wawancara .....	31
Gambar 4. 3	Membuat Jadwal Wawancara .....	32
Gambar 4. 4	Pembayaran <i>Hosting</i> dan <i>Domain</i> .....	40
Gambar 4. 5	<i>Hosting</i> dan <i>Domain</i> .....	40
Gambar 4. 6	<i>Use Case</i> User .....	42
Gambar 4. 7	<i>Use Case</i> Admin .....	43
Gambar 4. 8	Diagram <i>Activity</i> Admin .....	45
Gambar 4. 9	<i>Activity</i> Diagram <i>User</i> .....	46
Gambar 4. 10	<i>Mockup</i> <i>Landing Page</i> .....	47
Gambar 4. 11	<i>Mockup</i> Katalog .....	48
Gambar 4. 12	<i>Mockup</i> About .....	48

Gambar 4. 13 <i>Mockup Contact Us</i> .....	49
Gambar 4. 14 <i>Form Login Admin</i> .....	50
Gambar 4. 15 Halaman <i>Dashboard</i> .....	50
Gambar 4. 16 Instalasi Wordpress .....	52
Gambar 4. 17 Instalasi <i>Themes Astra</i> .....	53
Gambar 4. 18 Halaman <i>Home</i> .....	54
Gambar 4. 19 Halaman Katalog.....	54
Gambar 4. 20 Halaman <i>About</i> .....	55
Gambar 4. 21 Halaman <i>Contact Us</i> .....	55
Gambar 4. 22 Data Responden.....	61
Gambar 4. 23 Visualisasi Data <i>Word Cloud</i> .....	64
Gambar 4. 24 Diagram Batang Analisis Sentimen .....	74



STT - NF



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terkait .....	17
Tabel 3. 1 Daftar Pertanyaan.....	23
Tabel 3. 2 Daftar Pertanyaan Kuesioner .....	28
Tabel 4. 1 Daftar Pernyataan.....	33
Tabel 4. 2 Daftar Pertanyaan.....	34
Tabel 4. 3 Daftar Sketsa .....	34
Tabel 4. 4 Data Hasil Wawancara Daftar Pertanyaan.....	36
Tabel 4. 5 Data Hasil Pertanyaan Daftar Sketsa .....	38
Tabel 4. 6 Aktor <i>Use Case</i> .....	43
Tabel 4. 7 <i>Use Case</i> .....	44
Tabel 4. 8 Paket <i>Hosting</i> dan <i>Domain</i> .....	51
Tabel 4. 9 <i>Blackbox Testing</i> .....	56
Tabel 4. 10 Perancangan Kuesioner.....	59
Tabel 4. 11 Biodata Responden .....	60
Tabel 4. 12 Tabel Pengkodean Melalui Nvivo.....	61
Tabel 4. 13 Tabel Responden Setelah Pengkodean .....	63
Tabel 4. 14 Tabel Pertanyaan Satu.....	65
Tabel 4. 15 Tabel Pertanyaan Dua .....	66
Tabel 4. 16 Tabel Pertanyaan Tiga .....	66
Tabel 4. 17 Tabel Pertanyaan Empat .....	67
Tabel 4. 18 Tabel Pertanyaan Lima .....	68

Tabel 4. 19 Tabel Pertanyaan Enam .....	68
Tabel 4. 20 Tabel Pertanyaan Tujuh .....	69
Tabel 4. 21 Tabel Pertanyaan Delapan .....	70
Tabel 4. 22 Tabel Pertanyaan Sembilan.....	70
Tabel 4. 23 Identifikasi Tema .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Gambar. 1 Surat pernyataan wawancara .....	81
Lampiran Gambar. 2 Halaman <i>Home</i> .....	82
Lampiran Gambar. 3 Halaman Katalog .....	82
Lampiran Gambar. 4 Halaman <i>About</i> .....	83
Lampiran Gambar. 5 Halaman <i>Contact Us</i> .....	83
Lampiran Gambar. 6 Visualisasi <i>Word Cloud</i> .....	83
Lampiran Tabel. 1 Tabel Biodata.....	83
Lampiran Tabel. 2 Hasil Pengkodean Nvivo .....	84

# STT - NF

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Perkembangan pesat dalam penggunaan teknologi *digital* telah mengubah *landscape* bisnis secara signifikan, khususnya dalam industri makanan dan minuman. Di tengah persaingan yang semakin ketat, pelaku bisnis di sektor kuliner termasuk Dimsum Nafiadh di Kota Tangerang, harus memanfaatkan media promosi yang efektif untuk menjangkau pelanggan potensial secara luas. Salah satu alat promosi yang efektif adalah *website*, yang dapat memberikan informasi mendalam tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh suatu bisnis.

Promosi berasal dari kata "*promote*" dalam bahasa Inggris yang berarti meningkatkan atau mengembangkan. Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan atau menawarkan produk atau jasa kepada calon konsumen agar tertarik untuk membeli atau menggunakannya. Melalui promosi, produsen atau distributor berharap dapat meningkatkan penjualan. Salah satu cara untuk mempromosikan bisnis adalah melalui *website*. *Website* adalah teknologi informasi yang memainkan peran penting dalam penyampaian informasi [12].

Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan ini, pembuatan media promosi berbasis *website* menjadi solusi yang relevan dan efektif. Penggunaan *Content Management System* (CMS) Wordpress telah terbukti menjadi *platform* yang populer dan mudah digunakan dalam pembuatan *website*. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang dimiliki oleh Wordpress. Peneliti dapat menciptakan *website* yang menarik, interaktif, dan responsif untuk memperkenalkan produk dan layanan mereka kepada masyarakat luas. Hal ini tentunya dapat merujuk pada sebuah penelitian yang menggunakan Wordpress sebagai media promosi. Penelitian yang dilakukan oleh Silvia Kesia, Maya Setiawardani, Tangguh Dwi (2023). Dengan judul "*Making Website-Based Of Promotional Media Using Cms Wordpress At Eltabo Coffee In Cimahi*", yang memanfaatkan Wordpress sebagai media promosi untuk Eltabo Kopi. Penelitian ini hanya fokus pada hasil wawancara dan hasil dari

uji kualitas serta efektifitas yang mendapatkan penilaian sangat baik. Terdapat 9 pembeli baru yang mengunjungi *Eltabo Coffee* Cimahi setelah mengunjungi *website* *Eltabo Coffee* dan terdapat peningkatan penjualan pada minggu kedua dan ketiga bulan Mei yaitu sebesar *23 cup Coffee* [12].

Dengan pembuatan media promosi berbasis *website* menggunakan CMS Wordpress dapat memberikan manfaat bagi Dimsum Nafiadh, antara lain: (1) Membantu penjual dalam meningkatkan visibilitas situs *web* mereka di mesin pencari, seperti *Google*. (2) Membantu meningkatkan keterlibatan pelanggan dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan mereka. (3) Dapat menjangkau lebih banyak pelanggan potensial dengan mengoptimalkan efektivitas dalam penggunaan kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat luas atau para calon pembeli Dimsum Nafiadh.

Penelitian yang dilakukan oleh Akalily Mardhiyya, Ahmad Nur Fauzy, Sri Sungkowati (2023). Dengan judul “***Rancang Bangun Website Berbasis Wordpress Sebagai Media Promosi Dimsum Ambyarr***”, yang memanfaatkan Wordpress sebagai media promosi untuk Dimsum Ambyarr. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah situs *web* sebagai sarana promosi untuk Dimsum Ambyarr. Situs *web* yang dibuat akan memungkinkan pengguna untuk melihat produk, melakukan pemesanan melalui WhatsApp, membaca artikel, memberikan komentar pada artikel, melihat testimoni, dan menghubungi admin. Dari perspektif admin, situs *web* akan memungkinkan mereka untuk *login*, menambah dan mengedit produk, menambah dan mengedit artikel, memoderasi komentar pengguna, menambah dan mengedit testimoni, mengedit kontak, menambah dan menghapus *widget*, serta *logout*. Berdasarkan uji coba sistem menggunakan metode *Black Box*, sistem berjalan sesuai harapan [11].

Penelitian yang dilakukan oleh Suci Nurfadilah (2022). Dengan judul “***Perancangan Website Company Profile Pada UMKM Orazio Multiusaha Indonesia***”, yang memanfaatkan Wordpress sebagai media penyebaran informasi untuk UMKM Orazio Multiusaha Indonesia. Berdasarkan hasil proyek pembuatan *website company profile* untuk UMKM Orazio Multiusaha Indonesia menggunakan CMS Wordpress, dapat disimpulkan bahwa perancangan *website* ini berhasil

sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi dengan lebih mudah bagi pelanggan, mitra, dan *reseller* yang mencari informasi tentang perusahaan tersebut [1].

Berdasarkan penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran melalui Wordpress sangat penting bagi kelangsungan bisnis. Maka dari itu, penulis membuat penelitian ini yang bertujuan untuk merancang dan menganalisis *website* Dimsum Nafiadh dengan menggunakan *platform* Wordpress. *Website* ini diharapkan dapat membantu Dimsum Nafiadh dalam memperluas jangkauan pasar, membentuk hubungan dengan pelanggan. Selain itu, solusi dari *website* ini diharapkan dapat membantu Dimsum Nafiadh dalam mengikuti perkembangan teknologi dan meningkatkan daya saing di era digital.

## 1.2 Rumusan Masalah

*Website* promosi Dimsum Nafiadh di Tangerang perlu dioptimalkan untuk meningkatkan visibilitas dan kemudahan akses bagi calon pelanggan. Namun, belum terdapat analisis mendalam mengenai efektivitas fitur-fitur yang ada dalam menarik minat dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan *website* saat ini serta memberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan hasil survei dan uji coba sistem. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka didapatkan rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pembuatan *website* promosi menggunakan CMS Wordpress pada Dimsum Nafiadh?.
2. Bagaimana pengaruh penggunaan *website* berbasis Wordpress dalam meningkatkan *brand awareness* toko Dimsum Nafiadh menggunakan kuesioner?.

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

**Tujuan penelitian ini adalah:**

1. Melakukan proses pembuatan *website* promosi berbasis CMS Wordpress pada Dimsum Nafiadh.

2. Menganalisis pengaruh penggunaan website berbasis Wordpress dalam meningkatkan *brand awareness* toko Dimsum Nafiadh menggunakan kuesioner.

**Manfaat penelitian ini adalah:**

1. Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan *website* berbasis Wordpress dalam konteks promosi dan pemasaran bagi bisnis kuliner seperti toko Dimsum Nafiadh.
2. Memberikan rekomendasi kepada toko Dimsum Nafiadh untuk memperbaiki dan mengoptimalkan penggunaan *website* sebagai alat promosi dan pemasaran.
3. Menyediakan panduan praktis bagi pemilik bisnis kuliner yang ingin membangun *website* promosi menggunakan CMS Wordpress.
4. Pengembangan metodologi dalam pemasaran digital. Penelitian ini dapat memperkaya literatur akademik dengan menawarkan metodologi praktis tentang cara mengoptimalkan *brand awareness* melalui pembuatan situs *website* promosi menggunakan CMS Wordpress. Metodologi ini dapat dijadikan referensi oleh akademisi dan mahasiswa dalam penelitian terkait *brand awareness*, khususnya untuk usaha kecil dan menengah (UKM). Dengan studi kasus yang spesifik, penelitian ini juga memberikan contoh konkret yang dapat diterapkan atau dimodifikasi untuk konteks bisnis lainnya.
5. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur pemasaran digital dengan menambahkan wawasan tentang bagaimana usaha kecil menengah (UKM) dapat mengoptimalkan *brand awareness* mereka melalui pembuatan dan pengelolaan situs *web* menggunakan CMS Wordpress. Hal ini dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya di bidang yang sama.

#### 1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis *website* promosi Dimsum Nafiadh di Kota Tangerang. Fokus utama adalah pada efektivitas fitur-fitur *website* dalam meningkatkan *brand awareness* dan minat pembelian pelanggan. Aspek lain seperti *SEO* dan integrasi media sosial tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini. Batasan masalah dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada proses pembuatan media promosi berbasis *website* menggunakan CMS Wordpress.
2. Fokus utama penelitian ini adalah implementasi media promosi berbasis *website* untuk Dimsum Nafiadh di Tangerang.
3. Penelitian ini tidak akan membahas *platform* CMS lainnya selain Wordpress.
4. *Content marketing* yang disajikan berupa: *home*, katalog, *about*, *contact us*.
5. Aspek teknis dalam pengembangan *website*, seperti desain grafis dan pemrograman, akan menjadi tanggung jawab yang lebih mendalam dan spesifik dan tidak akan dibahas secara mendalam dalam penelitian ini.
6. Evaluasi terhadap efektivitas meningkatkan *brand awareness* media promosi berbasis *website* akan dilakukan secara terbatas pada aspek hasil analisis kuesioner terbuka dan untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan, tanpa memasukkan parameter finansial seperti ROI (*Return on Investment*) secara detail.
7. Penelitian ini tidak akan membahas strategi pemasaran digital secara menyeluruh, fokus hanya pada pembuatan dan implementasi *website* promosi.

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika penulisan yang terdiri dari beberapa bab. Bab pertama membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Bab kedua mencakup tinjauan pustaka yang mendasari penelitian ini, sementara bab-bab selanjutnya berfokus pada metodologi penelitian,

analisis data, hasil penelitian, serta kesimpulan dan rekomendasi. Sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB 1 PENDAHULUAN.** Pada bab ini, berisi latar belakang masalah yang dihadapi, batasan masalah, tujuan penulisan, metode penulisan, dan sistematika penulisan yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

**BAB II KAJIAN LITERATUR.** Pada bab ini, berfungsi untuk merangkum dan menganalisis temuan penelitian sebelumnya yang relevan dan berkaitan dengan topik penelitian. BAB II berisi tinjauan pustaka, Dimsum Nafiadh, model pengembangan, pengujian sistem, penelitian terkait, dan tabel penelitian terkait.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN.** Pada bab ini, metodologi penelitian dalam tugas akhir ini merupakan bagian yang dengan rinci bagaimana penelitian dilakukan, termasuk langkah-langkah yang diambil, teknik yang digunakan, serta alat dan sumber daya yang digunakan dalam proses penelitian. Bab III berisi tahapan, rancangan, jenis dan juga metode penelitian, analisis, pengumpulan data, pengembangan, serta metode pengujian.

**BAB IV IMPLEMENTASI DAN EVALUASI.** Pada bab ini, implementasi dan evaluasi dalam tugas akhir ini menjelaskan mengenai analisis kebutuhan, diagram *usecase*, diagram *activity*, *user story*, *mockup* aplikasi, rancangan pengujian, tabel *blackbox*, implementasi kebutuhan, *landing page*, *Click To Action* (CTA), dan implementasi pengujian.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.** Pada bab ini, kesimpulan dan saran dalam tugas akhir ini merupakan bagian yang berfokus ada merangkum temuan utama penelitian, menyajikan kesimpulan, dan memberikan saran atau rekomendasi berdasarkan hasil penelitian.

## BAB II

### KAJIAN LITERATUR

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 Profile Dimsum Nafiadh

Dimsum merupakan makanan ringan yang berasal dari Cina dan umumnya disajikan dengan cara dikukus atau digoreng. Makanan ini sering dinikmati bersama minum teh. Karena praktis dan tinggi kalorinya, dimsum banyak diminati oleh masyarakat yang mengutamakan gaya hidup praktis [2]. Dimsum atau siomay Cina telah menjadi favorit di Indonesia karena rasanya yang lezat, harganya yang terjangkau, mudah dalam pengolahannya, praktis dalam penyajiannya, dan tingkat kesukaan masyarakat yang tinggi. Kondisi ini mendorong produsen dimsum untuk lebih inovatif dalam menciptakan produk yang memiliki ciri khas dan lebih disukai oleh konsumen [2]. Dimsum Nafiadh adalah salah satu produk UMKM yang terletak di Kota Tangerang. Dimsum Nafiadh menjual dimsum dengan harga murah dan kualitas premium serta menjadi dimsum yang banyak di pesan oleh masyarakat Kota Tangerang karena memiliki citarasa Indonesia. Pemesanan dan promosi Dimsum Nafiadh melalui Whatsapp [2].



Gambar 2. 1 Logo Dimsum Nafiadh

Gambar 2.1 adalah logo Dimsum Nafiadh menggambarkan cita rasa tradisional dengan desain yang elegan dan modern. Warna-warna cerah dan *font* yang digunakan mencerminkan kualitas *premium* dari produk dimsum yang ditawarkan. Logo ini menjadi identitas yang mudah dikenali oleh pelanggan.



Gambar 2. 2 Dokumentasi Promosi lewat Whatsapp

Gambar 2.2 berupa dokumentasi promosi lewat WhatsApp menunjukkan strategi pemasaran yang efisien dan langsung. Pesan-pesan promosi yang dikirimkan disertai dengan gambar produk yang menggugah selera dan penawaran menarik. Penggunaan WhatsApp mempermudah komunikasi dan interaksi dengan pelanggan secara *real-time*.

STT - NF



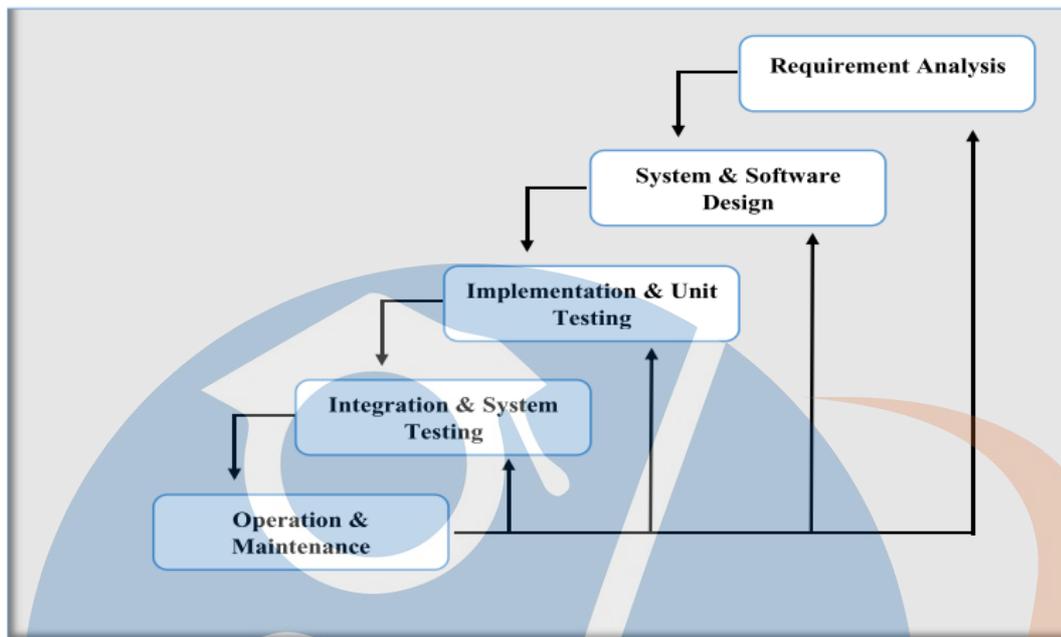
Gambar 2. 3 Toko Dimsum Nafiadh

Gambar 2.3 merupakan toko Dimsum Nafiadh tampil dengan suasana yang hangat dan ramah. Interior yang didesain dengan sentuhan tradisional dan modern memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Toko ini menjadi tempat yang sempurna untuk menikmati dimsum yang lezat dan berkualitas tinggi.

### **2.1.2 Model Pengembangan**

#### **1. Metode Waterfall**

Tugas akhir ini dibuat untuk membuat aplikasi *website* menggunakan metode *Waterfall* dengan harapan dapat memberikan manfaat untuk Dimsum Nafiadh dengan memudahkan dalam melakukan promosi melalui internet. Metode *waterfall* adalah sebuah pendekatan pengembangan sistem di mana setiap fase dilakukan secara berurutan, satu demi satu. Dalam proses implementasi metode ini, setiap langkah diselesaikan terlebih dahulu mulai dari tahap pertama sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya [3].



Gambar 2. 4 Langkah-Langkah Metode *Waterfall*

- a. **Requirement Analysis:** Tahap analisis kebutuhan merupakan langkah awal dalam metode *Waterfall*, yang bertujuan untuk mengumpulkan dan mendokumentasikan kebutuhan dari pengguna atau klien. Aktivitas utama dalam tahap ini meliputi mengidentifikasi kebutuhan melalui wawancara, kuesioner, observasi, atau studi dokumen, kemudian menyusun dokumen spesifikasi kebutuhan yang rinci dan jelas agar semua pihak yang terlibat memiliki pemahaman yang sama. Selanjutnya, dilakukan validasi kebutuhan untuk memastikan bahwa semua kebutuhan yang diidentifikasi adalah lengkap, konsisten, dan sesuai dengan tujuan proyek[9].
- b. **System&Software Design:** Pada tahap desain sistem, kebutuhan yang telah dikumpulkan diterjemahkan menjadi desain sistem yang akan dibangun. Langkah-langkah utama dalam tahap ini meliputi desain arsitektur yang merancang struktur keseluruhan sistem termasuk komponen utama dan interaksi antar komponen, serta desain detil yang membuat desain lebih rinci untuk setiap komponen sistem seperti algoritma, *database*, dan antarmuka pengguna. Semua ini kemudian didokumentasikan dalam

dokumen desain yang lengkap sebagai panduan untuk tahap implementasi[3].

- c. **Implementation & System Testing:** Tahap implementasi adalah proses di mana desain yang telah dibuat diterjemahkan ke dalam kode program. Aktivitas utama dalam tahap ini meliputi menulis kode program sesuai dengan spesifikasi desain, melakukan pengujian pada unit-unit kode yang telah dibuat untuk memastikan bahwa mereka berfungsi dengan benar (*unit testing*), dan menyusun dokumentasi kode yang diperlukan untuk pemeliharaan dan pengembangan lebih lanjut[9].
- d. **Integration & System Testing:** Setelah unit-unit kode selesai dibuat, tahap selanjutnya adalah mengintegrasikan unit-unit tersebut menjadi satu sistem yang utuh dan melakukan pengujian lebih lanjut. Aktivitas utama meliputi menggabungkan berbagai komponen atau modul yang telah diimplementasikan (*integrasi*), melakukan pengujian sistem secara keseluruhan untuk memastikan bahwa semua komponen bekerja bersama dengan baik (*system testing*), dan melakukan pengujian yang dilakukan oleh pengguna atau klien untuk memastikan bahwa sistem memenuhi kebutuhan dan spesifikasi yang telah ditentukan (*acceptance testing*)[3].
- e. **Operation & Maintenance:** Tahap pemeliharaan berlangsung setelah sistem telah diimplementasikan dan diserahkan kepada pengguna. Aktivitas dalam tahap ini meliputi perbaikan kesalahan atau *bug* yang ditemukan setelah sistem digunakan (*corrective maintenance*), menyesuaikan sistem dengan perubahan lingkungan atau kebutuhan pengguna yang baru (*adaptive maintenance*), melakukan peningkatan pada sistem untuk meningkatkan kinerja atau fungsionalitas (*perfective maintenance*), dan melakukan tindakan pencegahan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya masalah di masa depan (*preventive maintenance*). Metode *Waterfall* dikenal dengan pendekatan yang sistematis dan linier, di mana setiap tahap harus diselesaikan sebelum tahap berikutnya dimulai, sehingga cocok untuk proyek dengan kebutuhan yang jelas dan stabil[9].

## 2. *Unified Modeling Language (UML)*

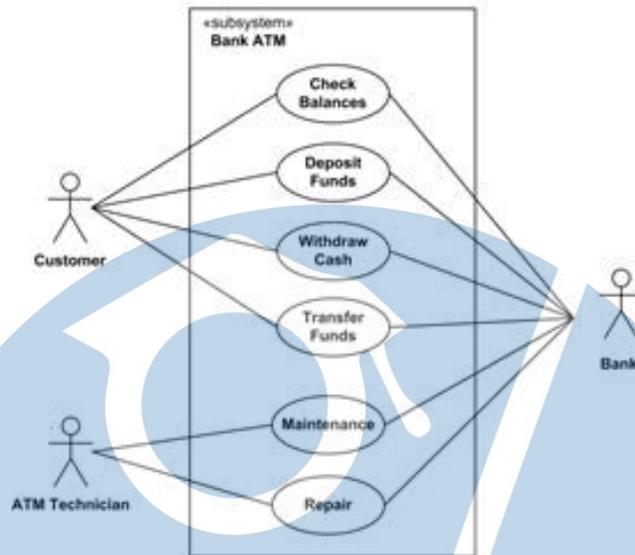


Gambar 2. 5 Logo StarUML

UML (*Unified Modeling Language*) adalah standar bahasa yang umum digunakan di industri untuk mendefinisikan kebutuhan, melakukan analisis dan desain, serta menggambarkan arsitektur dalam pemrograman berorientasi objek. UML singkatan dari *Unified Modeling Language* yang merupakan bahasa pemodelan standar dengan sintaks dan semantik yang jelas. UML adalah bahasa visual untuk pemodelan dan komunikasi tentang sistem menggunakan diagram dan teks pendukung, aplikasi atau *tools* yang dipakai dalam UML adalah StarUML. Ini adalah keluarga notasi grafis yang didukung oleh meta-model tunggal, yang membantu dalam deskripsi dan desain sistem perangkat lunak, terutama yang dibangun menggunakan pemrograman berorientasi objek (OO). Dengan demikian, UML dapat diartikan sebagai bahasa visual untuk menggambarkan definisi kebutuhan, melakukan analisis dan desain, serta menggambarkan arsitektur dalam pemrograman berorientasi objek menggunakan teks pendukung[4].

STT - NF

a. *Use Case Diagram.*



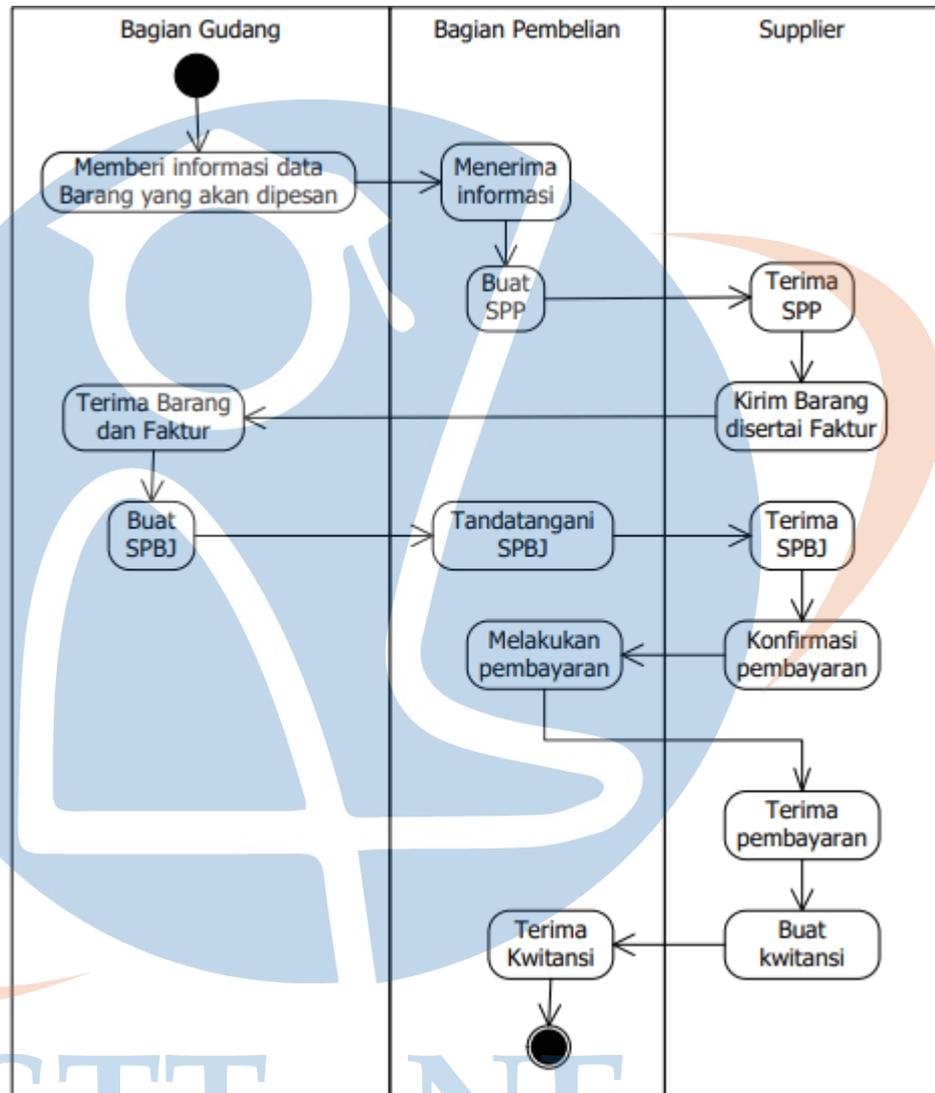
An example of use case diagram for Bank ATM subsystem - top level use cases.

Gambar 2. 6 Contoh *Use Case Diagram*

*Use Case Diagram* adalah representasi grafis dari interaksi antara aktor (pengguna luar atau sistem lain) dengan sistem yang sedang dibuat. *Use case diagram* mendeskripsikan fungsionalitas sistem dan bagaimana aktor tertentu berinteraksi dengan sistem tersebut. *Use case* digunakan untuk memodelkan perilaku objek dalam suatu sistem dan direalisasikan melalui kolaborasi antar objek[5].

STT - NF

b. *Activity Diagram.*



Gambar 2. 7 Contoh activity diagram

*Activity Diagram* menggambarkan alur kerja atau aliran kerja dari proses bisnis dan urutan aktivitas dalam proses tersebut. Diagram ini mirip dengan *flowchart* karena memodelkan aliran kerja dari satu aktivitas ke aktivitas lainnya[5].

3. **Metode Kualitatif**

Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang suatu fenomena, fakta, atau realitas. Untuk memahami fakta,

realitas, masalah, fenomena, dan peristiwa, diperlukan pendekatan yang menyeluruh dan tidak hanya sekadar melihat dari permukaannya. Kedalaman analisis ini menjadi ciri khas dan keunggulan utama dari metode kualitatif[20]. Pada bagian metode kualitatif, pengolahan data dimulai dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, atau dokumen, yang kemudian ditranskripsikan menjadi teks. Data yang telah ditranskrip diorganisir dan diberi kode sesuai tema yang relevan, kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola atau tren. Interpretasi hasil analisis dilakukan untuk menemukan makna yang lebih dalam, dan temuan tersebut divalidasi serta dilaporkan dalam laporan penelitian yang sistematis.

### **2.1.3 Tools Pengembangan**

#### **1. Content Management System**

CMS adalah singkatan dari *Content Management System*, sistem yang digunakan untuk mengelola konten *web* dari sebuah situs *web*. Dengan pengetahuan dasar menggunakan internet dan aplikasi perkantoran, siapa pun dapat mempelajari CMS dan akhirnya membangun situs *web* sendiri. Salah satu CMS yang paling populer adalah Wordpress [6].

Pembuatan *website* promosi Dimsum Nafiadh menggunakan Wordpress. Wordpress adalah aplikasi open source yang populer digunakan sebagai *blog engine*. Dibangun dengan bahasa pemrograman PHP dan *database* MySQL, Wordpress tidak hanya sebagai *blog engine* tetapi juga sebagai CMS yang saat ini menjadi salah satu CMS yang paling banyak digunakan di dunia. Keunggulan Wordpress dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan bisnis antara lain: *open source*, *template* dan desain yang sangat mudah, kemudahan untuk melakukan import dari situs lainnya, banyak *plugin* tambahan dan *template*, fitur multi-kategori dalam satu artikel, fasilitas *trackback* dan *pingback*, serta terdapat fasilitas format teks yang mirip dengan program pengolah kata [7].

#### **2. Nvivo**

*NVivo* merupakan perangkat lunak yang dirancang untuk menganalisis data kualitatif dalam penelitian, seperti transkripsi wawancara, teks dari majalah dan

berita *online*, dan sumber data lainnya. Dengan *NVivo*, peneliti dapat mengorganisir, mengelola, dan mengeksplorasi data kualitatif secara lebih efektif. Selain itu, *NVivo* juga memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis mendalam dan menemukan pola atau temuan yang relevan dalam data mereka[21].

#### **2.1.4 Pengujian**

##### **1. *Blackbox Testing***

Metode saat menguji penelitian ini yang digunakan merupakan pengembangan perangkat lunak dengan pengujian *blackbox*. *Blackbox Testing* adalah metode pengujian perangkat lunak yang menguji fungsi aplikasi tanpa memperhatikan struktur internal atau kinerja aplikasi. Metode ini dapat digunakan untuk berbagai tingkat pengujian perangkat lunak, termasuk unit, integrasi, sistem, dan penerimaan [8].

#### **2.2 Penelitian Terkait**

##### **2.2.1 Tabel Penelitian Terkait**

Pada Tabel 2.1 Penelitian Terkait, terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan pembuatan *website* promosi berbasis Wordpress untuk Dimsum Nafiadh. Tabel ini mencakup studi-studi yang menyoroti efektivitas penggunaan Wordpress dalam pembuatan *website* promosi, serta fitur-fitur yang mendukung peningkatan interaksi dan minat pelanggan. Penelitian-penelitian tersebut memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan *website* promosi yang optimal dan *user-friendly* bagi Dimsum Nafiadh.

Tabel 2. / Penelitian Terkait

No	Sumber Jurnal	Metode yang digunakan	Tools yang digunakan	Hasil
1	A. Mardhiyya, A. Nur Fauzy and S. Sungkowati. <i>Rancang Bangun Website Wordpress Sebagai Media Promosi Dimsum Ambyarr, 2023.</i>	Metode Kualitatif.	Wordpress.	Penelitian ini bertujuan untuk merancang <i>website</i> promosi Dimsum Ambyarr yang dapat digunakan oleh pengguna untuk melihat produk, memesan melalui WhatsApp, membaca artikel, memberikan komentar, melihat testimoni, dan menghubungi admin. Dari sisi admin, <i>website</i> ini memungkinkan <i>login</i> , manajemen produk, artikel, komentar, testimoni, kontak, <i>widget</i> , dan <i>logout</i> . Uji coba sistem menggunakan metode <i>Black box</i> menunjukkan sistem berjalan sesuai harapan.
No	Sumber Jurnal	Metode yang digunakan	Tools yang digunakan	Hasil
2	S. Kesia, C. Aritonang, M. Setiawardani and T.	Metode Kualitatif.	Wordpress.	Hasil uji kualitas dan efektivitas <i>website</i> ini

	D. Pramono. <i>Making Website-Based Of Promotional Media Using Cms Wordpress At Eltabo Coffee In Cimahi</i> . 2023.			sangat baik. Wawancara langsung dengan pengunjung menghasilkan 9 pembeli baru yang datang setelah mengunjungi <i>website Eltabo Coffee</i> , serta peningkatan penjualan sebesar 23 cangkir pada minggu kedua dan ketiga bulan Mei. Uji coba oleh admin termasuk perubahan foto pada halaman Menu.
3	S. Nurfadilah, <i>Pemasaran Digital Berbasis CMS Wordpress Pada UMKM Shapro Official Wonogiri</i> , 2023.	Metode Kualitatif.	Wordpress.	Pembuatan <i>website</i> mandiri untuk <i>Shapro Official</i> membantu manajemen dalam mengelola promosi, penjualan, dan laporan penjualan dengan lebih fokus dan terarah. Pengelolaan penjualan yang lebih fokus dapat meningkatkan omset penjualan. <i>Website</i> juga memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi pemesanan produk tanpa harus datang langsung ke toko.

No	Sumber Jurnal	Metode yang digunakan	Tools yang digunakan	Hasil
4	G. M. Rafsyanjani and A. Fauzi, <i>Pengembangan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada UMKM Aneka Batik Pamekasan</i> , 2022.	Metode Kualitatif.	Wordpress.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media promosi berbasis <i>website</i> efektif, seperti dibuktikan oleh pengujian desain <i>website</i> yang menarik minat beli konsumen. Hasil perhitungan EPIC <i>rate</i> menunjukkan efektivitas desain <i>website</i> sebagai media promosi sebesar 4,17 dan efektivitas <i>website</i> dalam menarik minat beli konsumen sebesar 4,06, keduanya masuk dalam kategori efektif. Dengan demikian, pengembangan media promosi berbasis <i>website</i> dengan CMS Wordpress dapat meningkatkan minat beli konsumen.

### 2.2.2 Perbandingan Penelitian Terkait

Berikut perbandingan antara *website* promosi Dimsum Nafiadh dengan penelitian terkait:

- a. Penelitian yang berjudul **Rancang Bangun Website Wordpress Sebagai Media Promosi Dimsum Ambyarr**, menggambarkan

kesamaan dalam penggunaan aplikasi *website* promosi berbasis Wordpress untuk produk Dimsum. Namun, terdapat perbedaan signifikan terkait lokasi, di mana ‘Dimsum Ambyarr’ tidak mencantumkan informasi lokasinya[11].

- b. Penelitian yang berjudul ***Making Website-Based Of Promotional Media Using Cms Wordpress At Eltabo Coffee In Cimahi***, menunjukkan perbedaan dalam fitur pemesanan; Dimsum Nafiadh menerima pesanan melalui Whatsapp, berbeda dengan sistem pemesanan langsung di *website*. Namun, keduanya memiliki kesamaan dalam menggunakan CMS Wordpress untuk pengembangan aplikasi *website* promosinya[12].
- c. Penelitian yang berjudul ***Pemasaran Digital Berbasis CMS Wordpress Pada UMKM Shapro Official Wonogiri***, menunjukkan kesamaan dalam penggunaan Wordpress sebagai *platform* pemasaran digital produk. Namun, terdapat perbedaan pada fitur pengecekan ongkos kirim, yang tidak dimiliki oleh Dimsum Nafiadh[14].
- d. Penelitian yang berjudul ***Pengembangan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada UMKM Aneka Batik Pamekasan***, menunjukkan kesamaan dalam penggunaan metode analisis. Namun, ada perbedaan dalam pemilihan tema Wordpress; tema ‘Nokke’ digunakan, sementara Dimsum Nafiadh tidak menggunakan tema ini[13].

STT - NF

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pada tugas akhir ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian terapan. Penelitian ini berfokus pada penerapan praktis pembuatan aplikasi *website* promosi menggunakan CMS Wordpress untuk meningkatkan pemasaran produk Dimsum Nafiadh. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat secara langsung terlibat dalam proses pembuatan aplikasi *website* promosi, melakukan intervensi, dan mengamati dampaknya terhadap pemasaran produk. Selain itu, peneliti juga dapat mengidentifikasi masalah yang muncul selama proses dan mengusulkan solusi yang sesuai untuk meningkatkan efektivitas pemasaran.

#### **3.2 Metode Analisis Data**

Pada tugas akhir ini, penulis menggunakan metode analisis kualitatif, yang akan dianalisis untuk memahami persepsi dan tanggapan pengguna terhadap situs *web* promosi. Ini meliputi penilaian terhadap kegunaan, desain visual, navigasi, dan kesan keseluruhan pengalaman pengguna. Selain itu, penulis juga akan mendapatkan wawasan yang mendalam tentang efektivitas strategi pemasaran digital melalui pembuatan situs *web* promosi menggunakan CMS Wordpress untuk Dimsum Nafiadh di Kota Tangerang. Berikut ini analisis data yang digunakan sebagai berikut:

##### **Analisis Data Kualitatif:**

1. **Analisis Konten:** metode ini cocok untuk menganalisis data teks yang diperoleh dari kuesioner, wawancara, atau komentar pengguna di situs *web*. Peneliti dapat mencari tema, pola, dan kategori yang muncul dari data tersebut.
2. **Studi Kasus:** sebagai pendekatan yang mendalam, metode ini akan memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara rinci bagaimana pembuatan dan penggunaan situs *web* mempengaruhi pemasaran Dimsum

Nafiadh. Peneliti bisa menggunakan berbagai sumber data, seperti wawancara, observasi, dan dokumen terkait.

3. **Analisis Naratif:** metode ini digunakan untuk menganalisis cerita atau narasi yang dikumpulkan dari wawancara atau kuesioner terbuka. Ini berguna untuk memahami pengalaman atau pandangan individu mengenai penggunaan situs *web* promosi.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Suatu metode dengan mengumpulkan beberapa pernyataan mengenai ciri-ciri, kegiatan, keadaan tertentu dan lain-lain. Tugas akhir kali ini membawa subjek toko Dimsum Nafiadh di Kota Tangerang. Dengan 2 cara yang diuraikan sebagai berikut:

1. **Kuesioner.** Kuesioner atau angket yang digunakan penulis berisi pertanyaan terbuka yang akan di jawab oleh responden terkait. Banyak peneliti menggunakan kuesioner dalam penelitian mereka karena metode ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan data dengan cara yang terstandarisasi. Dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden (*user*), peneliti dapat memperoleh rincian data yang dibutuhkan untuk keperluan penelitian. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini difokuskan pada aspek-aspek seperti pengalaman pengguna, antarmuka pengguna, keterjangkauan, dan kemudahan penggunaan sistem. Keterlibatan teman dan mahasiswa STTNF diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai fitur-fitur yang diharapkan, kebutuhan pengguna, serta masukan konstruktif untuk pengembangan sistem reservasi online yang efektif dan sesuai dengan preferensi pengguna.

#### 2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah metode pengumpulan data di mana pewawancara dan responden terlibat dalam percakapan langsung atau tidak langsung untuk mendapatkan informasi tertentu. Metode ini sering digunakan dalam penelitian, jurnalistik, rekrutmen pekerjaan, dan berbagai bidang lainnya. Wawancara merupakan metode yang efektif untuk mengumpulkan data kualitatif tentang

fenomena yang tidak bisa diamati secara langsung. Secara konvensional, wawancara langsung dianggap sebagai metode terbaik karena melibatkan interaksi alami di mana pewawancara dapat berkomunikasi dan membangun hubungan dengan peserta serta mengamati bahasa tubuh dan lingkungan mereka [18]. Berikut daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber:

Tabel 3. / Daftar Pertanyaan

No.	Pertanyaan
1	"Bisa Bapak/Ibu ceritakan sedikit tentang latar belakang dan sejarah berdirinya Dimsum Nafiadh?".
2	"Apakah Bapak/Ibu mempunyai lebih dari 1 varian dimsum? Jika punya ada berapa dan apa saja varian dimsum tersebut beserta berapa harganya".

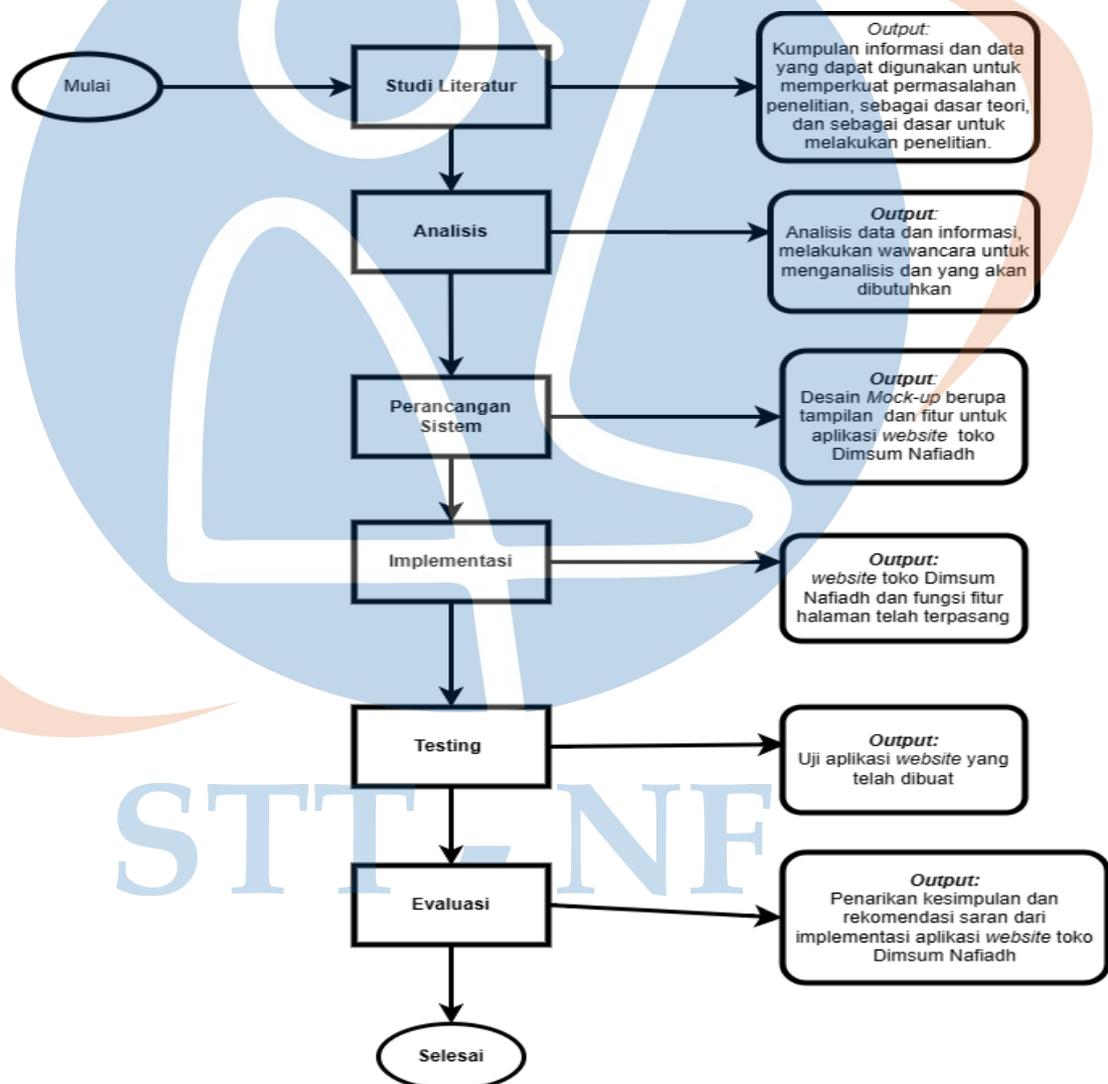
Tabel 3.1 merupakan daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber dengan tujuan untuk mengisi konten *website* Dimsum Nafiadh. Tujuan dari pertanyaan pertama adalah untuk mengisi konten pada bagian menu *about us*. Tujuan dari pertanyaan kedua digunakan untuk mengisi konten *website* pada bagian menu katalog.

### 3. Observasi.

Pengumpulan data berupa tulisan ataupun gambar yang diambil secara langsung dari sumber yang terkait. Dengan kata lain bahwa saat data diambil dengan dokumen tertulis maupun gambar, akan digunakan untuk pendukung kelengkapan data yang lainnya.

### 3.4 Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis. Tahap pertama melibatkan pengumpulan data melalui survei dan wawancara untuk memahami kebutuhan pengguna dan fitur yang diperlukan pada *website*. Tahap selanjutnya adalah pengembangan dan pengujian *website* menggunakan metode *black box testing* untuk memastikan semua fitur berjalan sesuai harapan sebelum diimplementasikan secara penuh. Berikut beberapa langkah yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini seperti gambar dibawah ini:



Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian

Pada gambar 3.3, ditunjukkan alur tahapan pembuatan aplikasi berbasis *website* menggunakan Wordpress dan metode *waterfall*. Tahapan-tahapan tersebut dimulai dengan analisis kebutuhan, diikuti dengan perancangan, pengembangan, pengujian, dan implementasi secara bertahap. Metode *waterfall* memastikan setiap tahap selesai sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya, sehingga proses pengembangan berjalan dengan terstruktur dan terukur.

### 1. Studi Literatur

Pada tahap studi literatur, *input* yang digunakan adalah referensi dari buku, dan jurnal yang relevan dengan pembuatan *website* berbasis CMS Wordpress dan strategi peningkatan *brand awareness*. Proses ini melibatkan membaca, menganalisis, dan merangkum informasi yang berkaitan dengan penggunaan CMS Wordpress dan teori tentang *brand awareness*. *Output* dari tahap ini adalah laporan studi literatur yang mencakup konsep-konsep utama dan praktik terbaik dalam pembuatan *website* dan peningkatan *brand awareness*. Tahap ini memberikan landasan teoritis dan pemahaman mendalam yang diperlukan untuk merancang dan menganalisis pengaruh *website* Wordpress dalam meningkatkan *brand awareness* Dimsum Nafiadh.

### 2. Analisis

Tahap analisis dimulai dengan *input* berupa data hasil studi literatur dan informasi terkait kondisi awal *brand awareness* Dimsum Nafiadh. Proses analisis melibatkan identifikasi kebutuhan fungsional dan non-fungsional untuk *website* promosi serta menentukan metrik yang akan digunakan untuk mengukur peningkatan *brand awareness*. *Output* dari tahap ini adalah dokumen analisis kebutuhan pengukuran *brand awareness*. Analisis ini membantu menentukan bagaimana *website* berbasis Wordpress dapat memenuhi kebutuhan promosi dan mengidentifikasi bagaimana keberhasilannya akan diukur.

### 3. Perancangan Sistem

Tahap perancangan sistem menggunakan *input* dari hasil analisis kebutuhan dan referensi desain dari studi literatur. Proses perancangan

melibatkan pembuatan arsitektur *website*, desain *mockup*, dan penentuan fitur-fitur yang akan diimplementasikan di *website* berbasis CMS Wordpress. *Output* dari tahap ini adalah desain *website* lengkap dengan detail fitur dan tata letak. Perancangan sistem yang baik memastikan bahwa *website* yang dibuat akan fungsional dan *user-friendly*, sesuai dengan kebutuhan promosi dan meningkatkan *brand awareness*.

#### 4. **Implementasi**

Tahap implementasi dimulai dengan input berupa desain sistem dan dokumen spesifikasi fitur. Proses implementasi melibatkan pengembangan *website* promosi Dimsum Nafiadh menggunakan CMS Wordpress, mengintegrasikan fitur yang telah dirancang, dan melakukan penyesuaian berdasarkan hasil uji coba awal. *Output* dari tahap ini adalah *website* promosi Dimsum Nafiadh yang berfungsi penuh. Implementasi ini adalah langkah konkret untuk menciptakan *platform* yang akan digunakan untuk meningkatkan *brand awareness*, menjawab langsung rumusan masalah tentang pembuatan *website*.

#### 5. **Testing**

Pada tahap testing, *input* yang digunakan adalah *website* yang telah selesai diimplementasikan dan skenario pengujian dari dokumen analisis. Proses *testing* melibatkan pengujian *blackbox* untuk memastikan semua fitur *website* berfungsi sesuai harapan dan *user experience* memadai. *Output* dari tahap ini adalah laporan hasil pengujian yang mencakup temuan *bug*, kinerja, dan saran perbaikan. *Testing* memastikan bahwa *website* berfungsi dengan baik dan siap digunakan, sehingga dapat secara efektif digunakan untuk meningkatkan *brand awareness*.

#### 6. **Evaluasi**

Tahap evaluasi dimulai dengan *input* berupa data dari kuesioner pengguna, *feedback* dari pengguna awal, dan laporan hasil pengujian. Proses evaluasi melibatkan analisis *feedback* dan data kuesioner untuk menilai pengaruh *website* terhadap *brand awareness*, serta mengidentifikasi area untuk perbaikan lebih lanjut. *Output* dari tahap ini adalah laporan

evaluasi yang mencakup temuan analisis pengaruh *website* dan rekomendasi peningkatan. Evaluasi ini memberikan bukti empiris tentang efektivitas *website* dalam meningkatkan *brand awareness*, serta menawarkan wawasan untuk pengembangan berkelanjutan.

Dengan mengikuti tahapan-tahapan penelitian ini, peneliti dapat menjawab kedua rumusan masalah secara komprehensif, memberikan solusi praktis untuk pembuatan *website* promosi yang efektif, serta mengukur dampaknya terhadap *brand awareness* menggunakan metode yang terstruktur.

### 3.5 Metode Pengujian

1. **Black Box Testing.** Metode *Black Box Testing* digunakan sebagai teknik pengujian untuk merancang aplikasi ini. Metode pengujian ini melibatkan pengamatan hasil eksekusi pada data pengujian dan memverifikasi fungsionalitas perangkat lunak yang sedang dirancang. Aplikasi *web* akan diuji coba dengan fitur-fitur yang telah dibangun. Terdapat dua hal yang menjadi fokus utama dalam pengembangan aplikasi ini:
  - a. Pengguna berhasil menggunakan seluruh halaman dan fitur tombol CTA (*Click To Action*).
2. **Kuesioner.** Kuesioner atau angket yang digunakan oleh penulis pada metode penelitian kualitatif berdasarkan hasil responden. Hasil responden yang didapatkan berdasarkan kuesioner terbuka. Dirancang untuk mengukur *brand awareness* Dimsum Nafiadh sebelum dan sesudah peluncuran *website* promosi. Kuesioner akan mengumpulkan data dari responden mengenai pengenalan merek, pengalaman mereka dengan produk, dan persepsi terhadap kualitas produk. Melalui pertanyaan-pertanyaan yang mencakup pengenalan merek, asosiasi merek, dan niat beli, kuesioner ini akan memberikan gambaran yang jelas tentang seberapa baik merek Dimsum Nafiadh dikenal oleh konsumen dan bagaimana persepsi mereka terhadap merek tersebut. Data yang diperoleh akan digunakan untuk mengevaluasi efektivitas *website* dalam meningkatkan kesadaran dan

pengenalan merek di kalangan target audiens. Berikut daftar pertanyaan yang akan dijawab oleh responden:

Tabel 3. 2 Daftar Pertanyaan Kuesioner

No	Pertanyaan
1	Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Dimsum Nafiadh?.
2	Apa yang Anda ketahui tentang Dimsum Nafiadh sebelum mengunjungi <i>website</i> kami?.
3	Apa kesan pertama Anda saat mengunjungi <i>website</i> Dimsum Nafiadh?.
4	Menurut Anda, seberapa mudah navigasi dan menemukan informasi di <i>website</i> Dimsum Nafiadh?.
5	Apakah desain dan tampilan <i>website</i> Dimsum Nafiadh sesuai dengan ekspektasi Anda terhadap sebuah brand makanan? Mengapa atau mengapa tidak?
6	Bagaimana Anda menilai informasi produk yang disajikan di <i>website</i> Dimsum Nafiadh? Apakah informatif dan mudah dipahami? Jelaskan.
7	Apakah Anda merasa <i>website</i> Dimsum Nafiadh meningkatkan kepercayaan Anda terhadap brand ini? Jelaskan alasan Anda.
8	Sejauh mana Anda merasa tertarik untuk mencoba atau membeli produk Dimsum Nafiadh setelah mengunjungi <i>website</i> kami? Jelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Anda.
9	Apakah ada saran atau masukan yang Anda ingin sampaikan untuk meningkatkan kualitas <i>website</i> Dimsum Nafiadh?.

### 3.6 Lingkungan Pengembangan

Lingkungan pengembangan untuk penelitian ini mencakup komputer dengan spesifikasi yang cukup untuk memfasilitasi pengembangan dan pengujian aplikasi *web* secara efisien. *Software* yang digunakan adalah Wordpress dan figma untuk

desain *mockup*. Pengembangan dilakukan dalam lingkungan *Windows 10* dengan akses ke internet yang stabil untuk mengakses berbagai sumber daya dan layanan cloud yang diperlukan dalam proses pengujian dan implementasi.

*Software* yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini mencakup:

1. *Windows 10*.
2. *Microsoft Office 2019*.
3. *Microsoft Edge*.
4. *Google Form*.
5. *Wordpress*.
6. *Figma*.
7. *Themes Wordpress*.
8. *Nvivo*.
9. *StarUML.io*.

Penyedia layanan hosting yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini:

1. *Rumahweb.com*.

*Hardware* yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini mencakup:

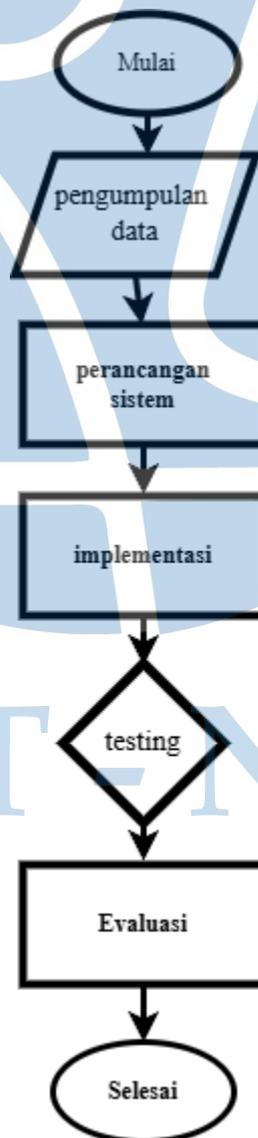
1. *Laptop Acer*
2. *Processor: AMD RYZEN 3 3200U (4 CPUs), 2,6GHz.*
3. *RAM: 12GB.*
4. *Keyboard dan Mouse wired.*

STT - NF

## BAB IV IMPLEMENTASI DAN EVALUASI

### 4.1 Tahapan penelitian

Pada tahapan penelitian diperlukan sebuah diagram alir untuk menentukan hal-hal yang harus diselesaikan satu-satu hingga selesai. Pengumpulan data akan berisikan wawancara kepada narasumber untuk mengumpulkan data seperti apa yang dibutuhkan narasumber ke dalam *website*. Selanjutnya perancangan sistem, implementasi, testing, dan terakhir evaluasi.

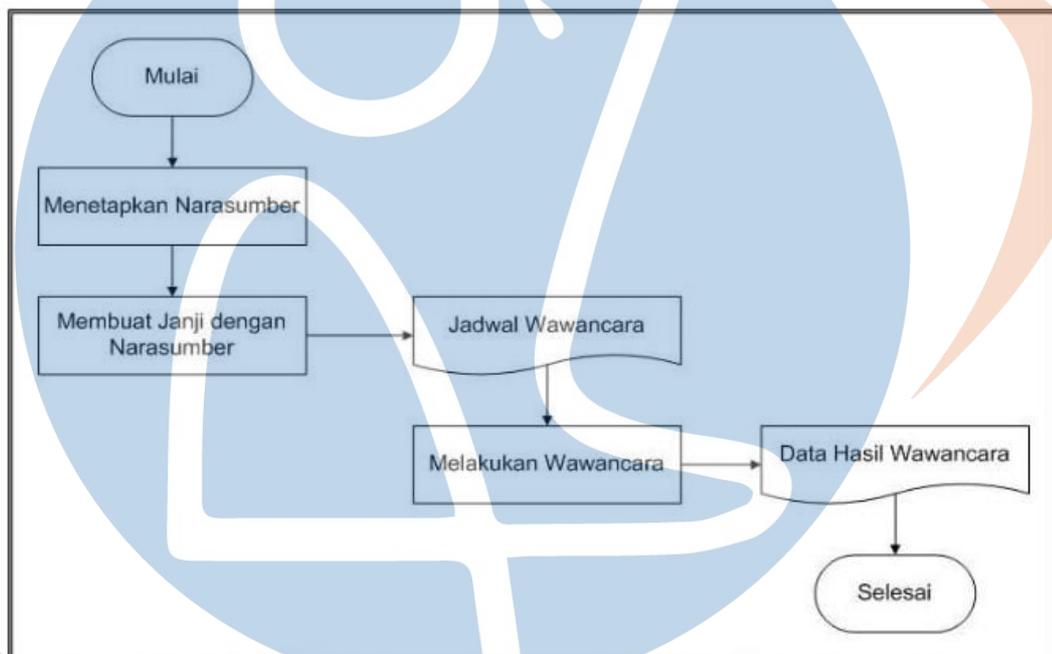


Gambar 4. 1 Flowchart Tahapan Penelitian

## 4.2 Pengumpulan Data.

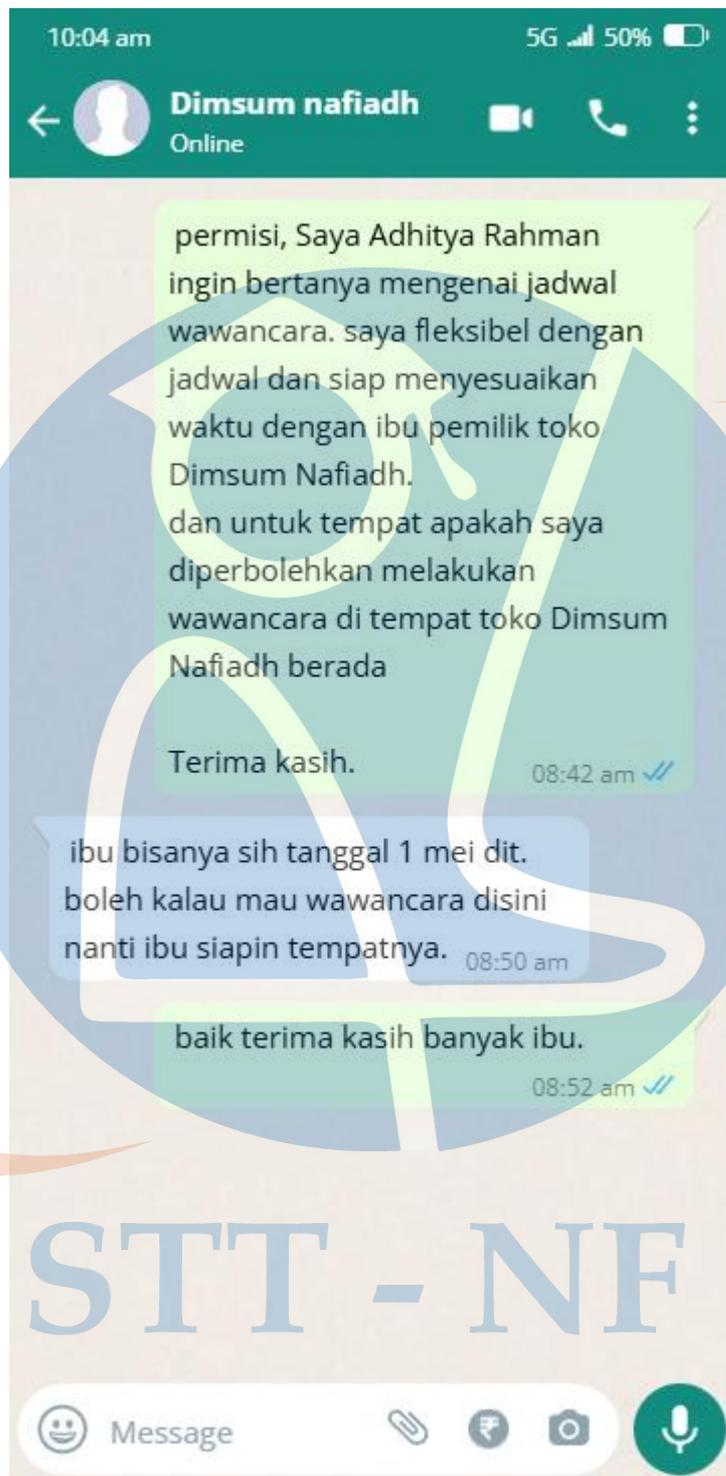
### 4.1.1 Wawancara

Di tahap ini, diperlukan wawancara dengan pemilik toko Dimsum Nafiadh untuk menentukan apa saja yang perlu ditambahkan ke dalam *website* promosi. Alur pertama adalah menetapkan narasumber, langkah kedua membuat janji dengan narasumber. Langkah ketiga jadwal wawancara dilanjut dengan melakukan wawancara dan hasil akhirnya adalah data hasil wawancara. Berikut alur tahapan wawancara:



Gambar 4. 2 Tahapan Wawancara

1. **Menetapkan narasumber.** Di tahap awal ini diperlukan penetapan narasumber, dan untuk narasumber nya adalah pemilik toko Dimsum Nafiadh.
2. **Membuat janji dengan narasumber.** Sebelum melakukan wawancara ada hal yang harus dilakukan yaitu membuat janji dengan narasumber atau untuk menetapkan jadwal wawancara yang akan dilaksanakan. Berikut gambar *chat* melalui Whatsapp untuk membuat jadwal wawancara dengan pemilik toko Dimsum Nafiadh.



Gambar 4. 3 Membuat Jadwal Wawancara

3. **Jadwal wawancara.** Dari Gambar 4.3 dapat disimpulkan bahwa jadwal wawancara akan dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 1 Mei 2024. Sebelum wawancara dimulai peneliti akan membuat daftar sketsa, daftar pertanyaan

dan sekaligus saran/perbaikan yang dibutuhkan oleh narasumber mengenai daftar sketsa yang diberikan oleh peneliti. Skenario wawancara yang akan dilakukan:

- a. Datang ketempat wawancara yang sudah ditetapkan.
- b. Memberi salam kepada narasumber.
- c. Melakukan wawancara.
- d. Selesai wawancara dan mengucapkan terima kasih kepada narasumber.
- e. Membuat data hasil wawancara yang akan digunakan sebagai proses analisis kebutuhan *website* promosi.

Pada tahap ini, peneliti akan menyusun daftar pernyataan yang perlu dijelaskan kepada narasumber, sekaligus membahas hal-hal yang perlu disetujui oleh narasumber, seperti pembahasan mengenai layanan *hosting*, *domain*, spesifikasi yang dipakai, dan harganya. Berikut daftar pernyataan yang perlu dijelaskan untuk narasumber.

Tabel 4. / Daftar Pernyataan

No	Pernyataan
1	Saya akan membahas layanan <i>hosting</i> , <i>domain</i> , spesifikasi yang dipakai, dan harganya. Dimulai dari layanan yang dipakai adalah <a href="https://www.rumahweb.com/">https://www.rumahweb.com/</a> . <i>Hosting</i> yang dipakai adalah <i>hosting</i> yang dikhususkan untuk Wordpress, paket yang diambil adalah satu <i>cloudlet</i> dengan spesifikasi 0.5 CPU <i>core(s)</i> , 512 RAM(MB), 1 GB( <i>storage</i> ), 1 <i>domain</i> yang memerlukan persetujuan pengambilan nama <i>domain</i> yang akan dipakai. Untuk biaya <i>hosting</i> mendapatkan uji coba bulan pertama, tiga puluh lima ribu akan dikenakan pada bulan selanjutnya, lalu untuk <i>domain</i> saya merekomendasikan memakai domain “ <i>my.id</i> ” karena terjangkau dengan harga dua belas ribu rupiah per tahun, jika ditotalkan dalam setahun senilai tiga ratus sembilan puluh tujuh ribu rupiah pertahun. Pembayaran yang akan dibebankan kepada penulis untuk tahun pertama, apakah narasumber setuju?.

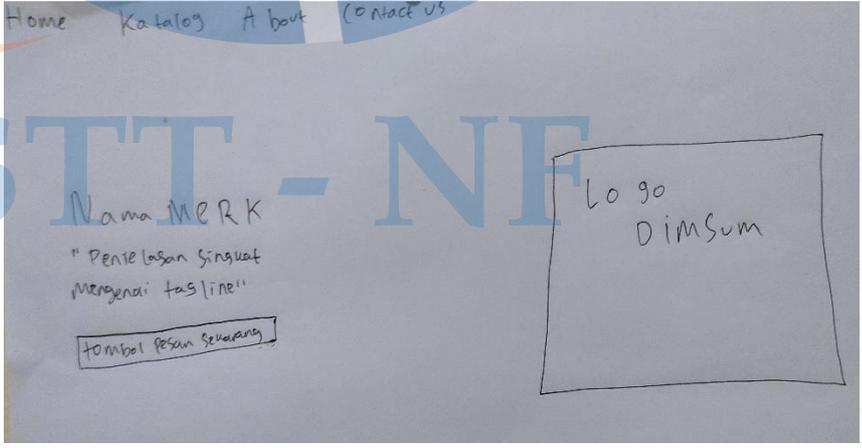
Berikut daftar pertanyaan yang akan dijawab oleh narasumber. Daftar pertanyaan ini akan dipakai untuk isi konten *website*. Isi konten yang akan di isi berupa halaman *about us*, dan halaman katalog.

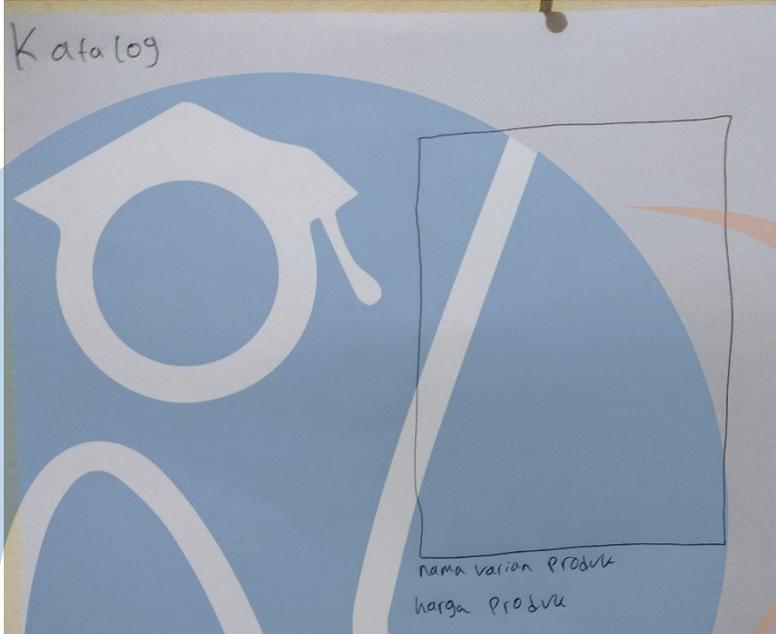
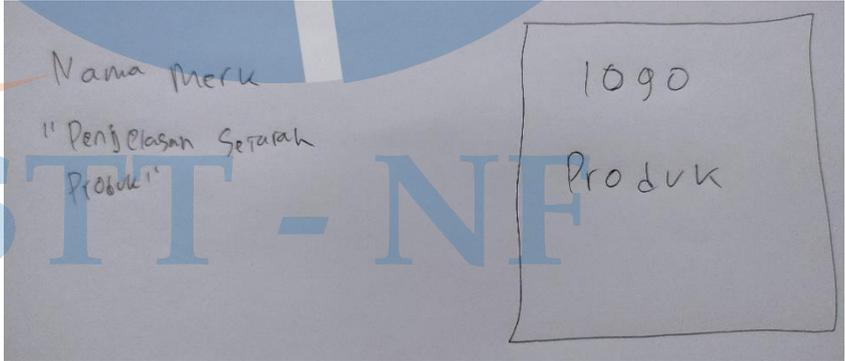
Tabel 4. 2 Daftar Pertanyaan

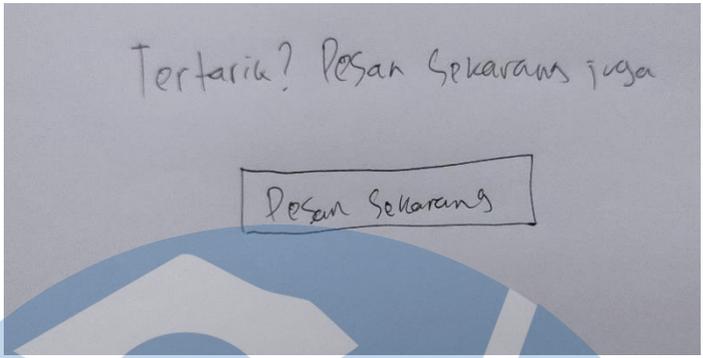
No.	Pertanyaan
1	"Bisa Bapak/Ibu ceritakan sedikit tentang latar belakang dan sejarah berdirinya Dimsum Nafiadh?"
2	"Apakah Bapak/Ibu mempunyai lebih dari 1 varian dimsum? Jika punya ada berapa dan apa saja varian dimsum tersebut beserta berapa harganya?"

Berikut adalah daftar sketsa yang akan diuji atau ditanyakan kepada narasumber. Daftar sketsa ini bertujuan untuk memahami desain *website* yang dibutuhkan oleh pemilik toko Dimsum Nafiadh. Sketsa-sketsa ini berisi gambaran awal yang nantinya akan diminta saran atau perbaikan dari narasumber, dengan tujuan untuk menyesuaikan dan memenuhi kebutuhan narasumber pada bagian desain *website*.

Tabel 4. 3 Daftar Sketsa

No	Sketsa
1	 <p>Gambar diatas merupakan halaman <i>home</i>. Halaman home merupakan bagian dari tampilan awal dari <i>website</i>.</p>

2	 <p>Gambar diatas merupakan halaman katalog. Halaman katalog merupakan halaman yang berisikan informasi produk seperti foto produk, harga produk, dan jumlah produk.</p>
3	 <p>Gambar diatas merupakan halaman <i>about</i>. Halaman <i>about</i> merupakan halaman yang berisikan informasi apa itu Dimsum Nafiadh.</p>

4	 <p>Gambar diatas adalah halaman <i>contact us</i>. Halaman <i>contact us</i> merupakan halaman yang berisikan tombol CTA yang akan diarahkan kehalaman Whatsapp.</p>
---	---

#### 4. Melakukan Wawancara.

Pada tahap ini, peneliti melakukan wawancara dengan narasumber untuk menanyakan beberapa pertanyaan yang sudah disiapkan. Wawancara dimulai dengan pertanyaan mengenai isi konten *website*, serta menanyakan tentang desain *website* yang berupa daftar sketsa sebagai acuan. Selain itu, peneliti juga membahas layanan *hosting* dan *domain*, serta spesifikasi *hosting* yang akan digunakan beserta harga yang akan dibebankan kepada penulis untuk setahun pertama.

#### 5. Data hasil wawancara.

Setelah wawancara dilakukan, mendapatkan data hasil wawancara tersebut. Data ini bertujuan sebagai acuan untuk memenuhi kebutuhan narasumber dalam proses pembangunan *website*. Berikut data hasil wawancara:

Tabel 4. 4 Data Hasil Wawancara Daftar Pertanyaan

No	Pertanyaan	Jawaban Narasumber
1	"Bisa Bapak/Ibu ceritakan sedikit tentang latar belakang dan sejarah berdirinya Dimsum Nafiadh?".	Saya memulai menjual dimsum ditahun 2019 dengan alasan

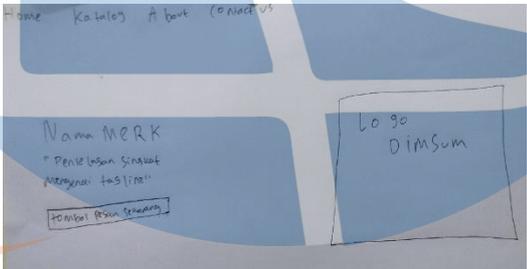
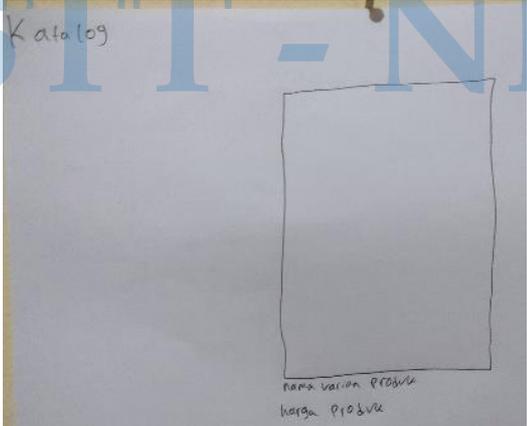
		<p>daripada saya tidak melakukan apapun dirumah selain menjadi ibu rumah tangga makanya saya juga mencari aktivitas seperti menjual dimsum. Untuk dimsum ini saya buat sendiri dengan perbandingan 9:1 ayam dan tepungnya. Saya menggunakan bahan yang berkualitas tinggi dan higienis sehingga pelanggan percaya dengan dimsum saya.</p>
2	<p>“Apakah Bapak/Ibu mempunyai lebih dari 1 varian dimsum? Jika punya ada berapa dan apa saja varian dimsum tersebut beserta berapa harganya”.</p>	<p>Untuk varian saya mempunyai 3 varian dimsum yang berbeda, perbedaannya hanya dibagian <i>topping</i>-nya saja, ada <i>topping</i> jamur, wortel, dan di <i>mix</i> atau dicampur, untuk harganya sama semua per varian RP.25.000.- per pcs isi 25 dimsum.</p>

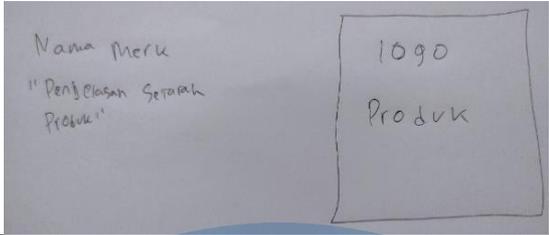
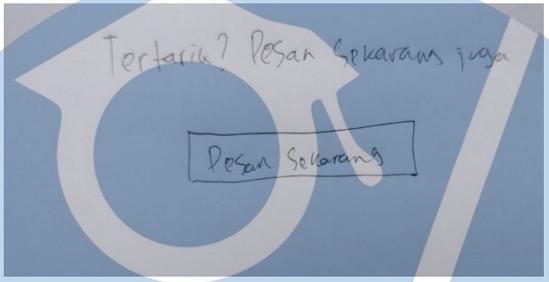
Dari data hasil wawancara diatas peneliti akan menarik sebuah kesimpulan dari data tersebut yang akan di gunakan untuk isi konten bagian katalog, dan *about*. Berikut kesimpulan data hasil wawancara kepada narasumber yang digunakan sebagai isi konten *website* bagian katalog dan *about*:

- a. Kami berdiri sejak 2019 dengan perbandingan bahan 9:1 ayam dan tepung yang lebih dominan ayam maka menghasilkan banyak gizi dan nutrisi yang diperlukan oleh tubuh juga menggunakan bahan berkualitas tinggi dan higienis untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan.
- b. Memiliki 3 varian *topping* dimsum yang berbeda seperti *topping* jamur, wortel, dan *mix* atau dicampur. Dengan harga yang sama per varian yaitu Rp.25,000,- per pcs isi 25 dimsum.

Selanjutnya, peneliti akan mengolah data hasil wawancara dari daftar sketsa yang digunakan sebagai acuan desain *website*. Berikut adalah data hasil wawancara dari daftar sketsa:

Tabel 4. 5 Data Hasil Pertanyaan Daftar Sketsa

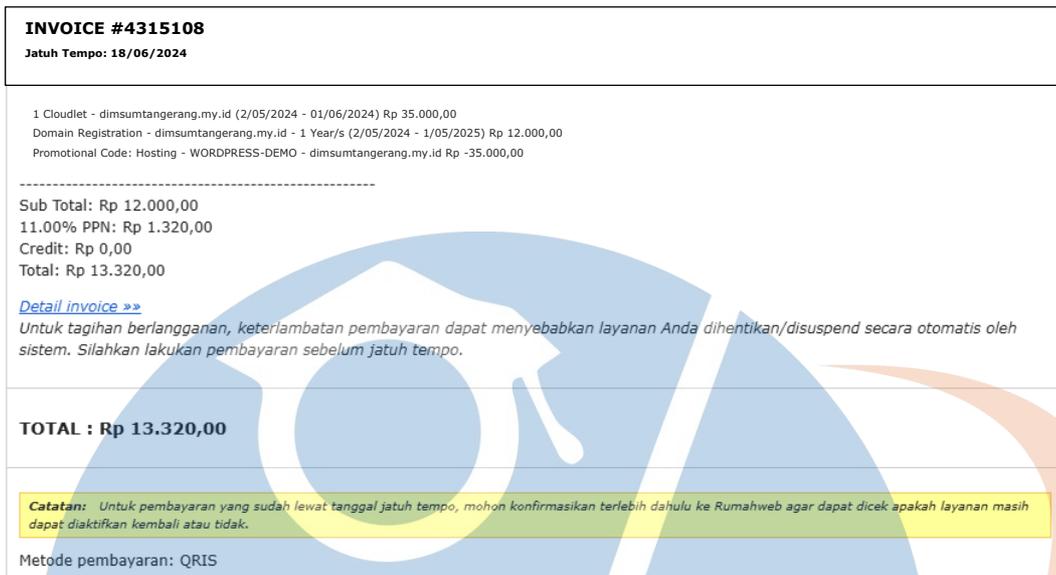
No	Sketsa	Jawaban Narasumber
1		Untuk menu navigasi yang sudah dijelaskan oleh peneliti, saya pilih menu navigasinya disebelah kanan.
2		Untuk bagian katalog ini karena saya mempunyai 3 varian <i>topping</i> dimsum yang berbeda tolong ditambahkan 2 lagi ya.

3		Dibagian <i>about</i> ini saya suka karena simpel, saya setuju dibagian ini.
4		Terakhir dibagian <i>contact us</i> . Saya setuju juga karena saya suka sekali dengan yang namanya kesederhanaan.

Dari data hasil wawancara dengan narasumber mengenai daftar sketsa. Peneliti akan membuat kesimpulan dari jawaban narasumber untuk membangun desain *website* yang sesuai dengan kebutuhan narasumber. Berikut adalah kesimpulan dari wawancara mengenai daftar sketsa:

- a. Narasumber meminta perbaikan *menu* navigasi dari sebelah kiri ke sebelah kanan.
- b. Narasumber meminta peneliti menambahkan 2 katalog produk lagi sehingga totalnya adalah 3 produk lalu beserta nama varian produk dan harga per varian produk.
- c. Narasumber sudah setuju dengan sketsa yang diberikan pada bagian halaman *about*. Maka peneliti tidak memerlukan perbaikan desain lagi.
- d. Narasumber sudah setuju dengan sketsa yang diberikan pada bagian halaman *contact us*. Maka peneliti tidak memerlukan perbaikan desain lagi.

Dari data hasil wawancara pada daftar pernyataan mendapatkan sebuah persetujuan yang akan ditaruh dilampiran dan pembelian yang telah di lakukan pada tanggal 2 Mei 2024 beserta *hosting* dan *domain* yang telah dibeli. Layanan *hosting* yang digunakan adalah <https://www.rumahweb.com/>. Pada layanan *hosting* *rumahweb* memiliki layanan *hosting* Wordpress yang sesuai dengan tujuan penelitian.



Gambar 4. 4 Pembayaran *Hosting* dan *Domain*

Gambar 4.4 merupakan bukti pembelian *hosting* dan *domain* berhasil, dengan tagihan tiga belas ribu tiga ratus dua puluh rupiah. Satu *cloudlet* yang peneliti beli memiliki durasi sebulan di hitung sejak tanggal 2 Mei 2024. *Domain* memiliki durasi yang lebih panjang yaitu satu tahun.



Gambar 4. 5 *Hosting* dan *Domain*

Gambar 4.5 adalah *hosting* dan *domain* yang sudah aktif dan bisa dipakai untuk keperluan proses pembangunan *website* promosi Dimsum Nafiadh. Informasi *login* seperti *username* dan *password* diberikan dibagian *hosting*. Informasi seperti *nameserver* dan *login panel* hanya sebagai informasi tambahan.

#### 4.1.2 Analisis Kebutuhan

Sebelum memulai tahap perancangan aplikasi berbasis *website*, peneliti akan menganalisis sistem yang akan dibuat. Saat ini, Dimsum Nafiadh masih melakukan promosi dan melayani transaksi melalui WhatsApp. Berikut adalah beberapa kekurangan layanan dan promosi yang sedang berjalan di Dimsum Nafiadh:

1. Whatsapp masih menjadi media promosi.
2. Belum ada *website* atau aplikasi untuk melakukan promosi secara *online*.

Aplikasi berbasis *website* yang akan dirancang terdiri dari beberapa pengguna sebagai berikut:

##### 1. *User/Customer*.

- a. *User* masuk ke halaman awal *website* Dimsum Nafiadh.
- b. *User* dapat melihat produk yang di jual Dimsum Nafiadh di halaman katalog.
- c. *User* dapat menghubungi Dimsum Nafiadh untuk melakukan transaksi pembelian di halaman *Contact* yang akan diarahkan melalui Whatsapp.
- d. *User* dapat mengetahui dengan membaca tentang Dimsum Nafiadh di halaman *About Us*.

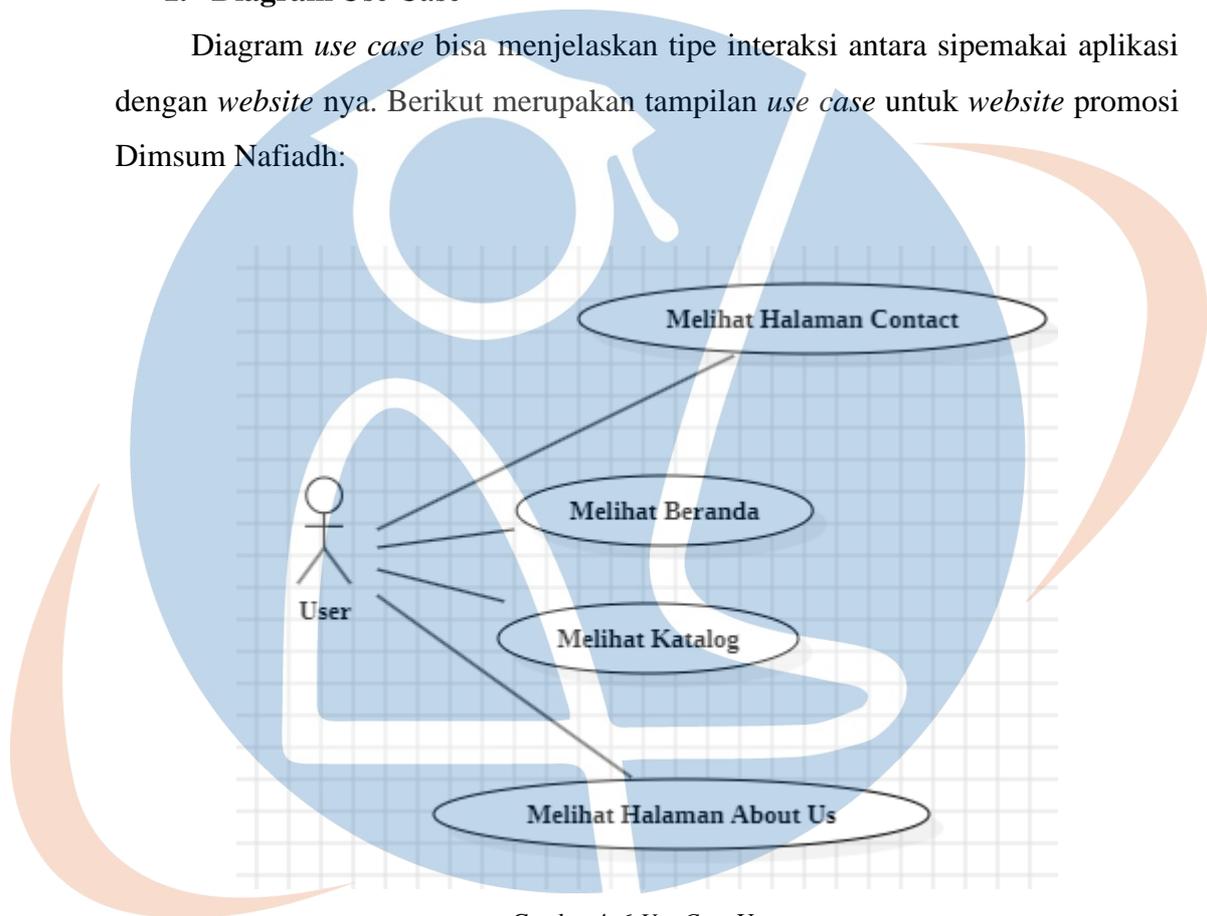
##### 2. *Admin*.

- a. *Admin* melakukan *login* di CMS Wordpress dengan memasukkan *email* dan *password*.
- b. *Admin* dapat mengelola halaman awal atau *landing page*.
- c. *Admin* dapat mengelola halaman katalog.
- d. *Admin* dapat mengelola halaman *About Us*.
- e. *Admin* dapat mengelola halaman *Contact*.
- f. Setelah selesai *Admin* dapat *Logout*.

Dibutuhkan penjelasan lebih lanjut seperti diagram *use case* dan *activity* diagram mengenai analisis kebutuhan. Penjelasan yang dibutuhkan mengenai diagram-diagram seperti *usecase* dan *activity*. Diagram tersebut akan menjelaskan yang akan digunakan oleh *user* dan admin.

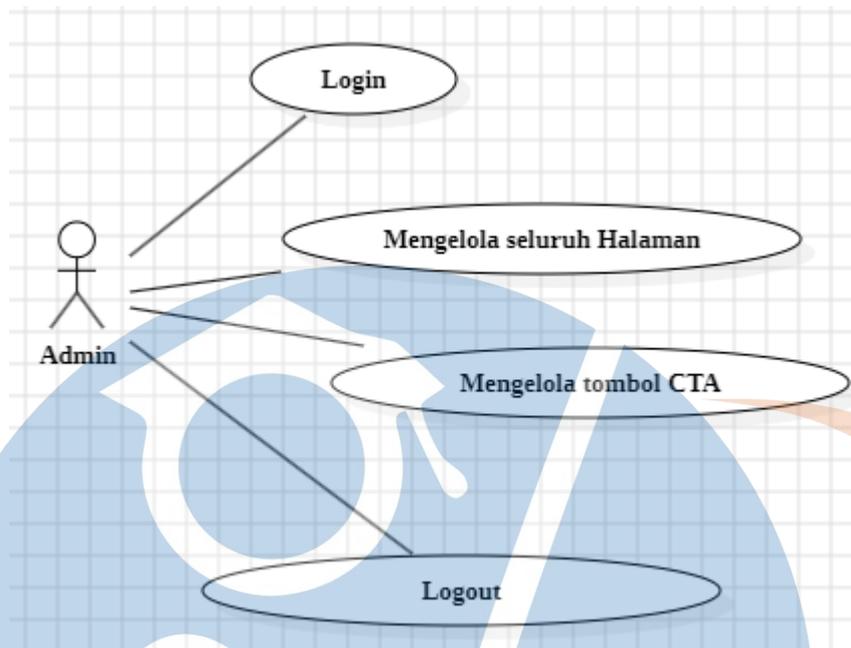
### 1. Diagram Use Case

Diagram *use case* bisa menjelaskan tipe interaksi antara sipemakai aplikasi dengan *website* nya. Berikut merupakan tampilan *use case* untuk *website* promosi Dimsum Nafiadh:



Gambar 4. 6 Use Case User

*User* pertama kali mengakses halaman *website* akan disajikan dengan halaman awal atau biasa disebut *landing page*. *User* akan disajikan informasi berupa barang yang akan dijual seperti harga, dan jumlah barang. Disajikan sebuah informasi yang berupa lokasi Dimsum Nafiadh, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan Dimsum Nafiadh.



Gambar 4. 7 Use Case Admin

Admin memiliki hak untuk menambahkan, menghapus, dan mengubah suatu informasi di semua halaman. Admin dapat melakukan login dan mengelola seluruh halaman termasuk memperbaharui, menghapus, dan menambahkan informasi *website*.

Tabel 4. 6 Aktor Use Case

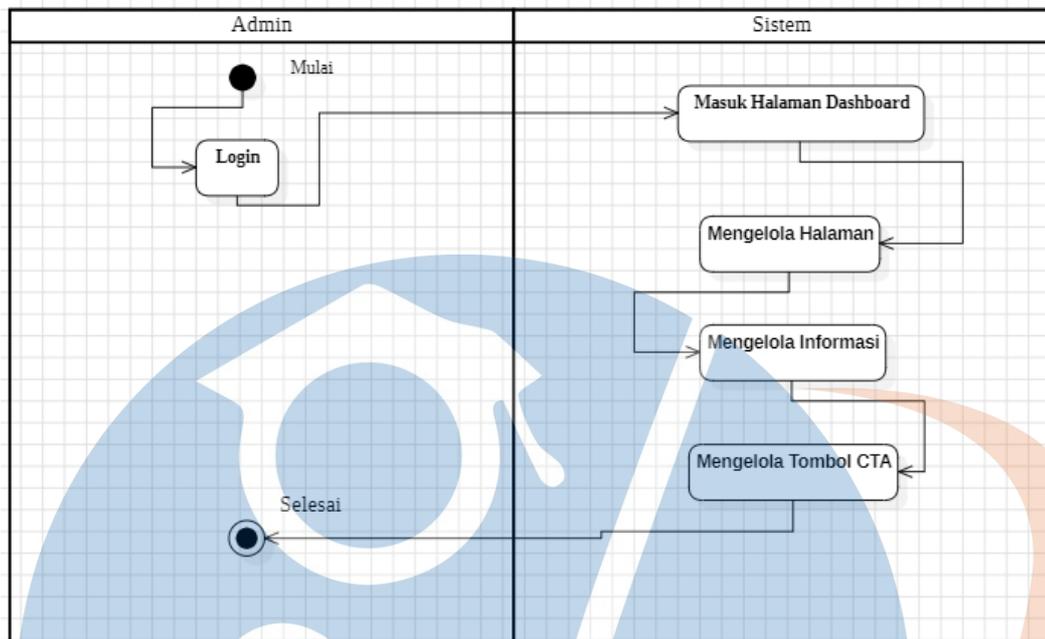
No	Aktor	Deskripsi
1	User	User bisa mengakses seluruh halaman dan melakukan pembelian di halaman <i>contact</i> yang akan diarahkan ke Whatsapp.
2	Admin	Admin dapat melakukan <i>login</i> dan mengelola seluruh halaman termasuk memperbaharui, menghapus, dan menambahkan informasi <i>website</i> .

Tabel 4. 7 Use Case

No	Use Case	Deskripsi
1	Melihat beranda / <i>landing page</i> .	<i>User</i> pertama kali mengakses halaman <i>website</i> akan disajikan dengan halaman awal atau biasa disebut <i>landing page</i> .
2	Melihat halaman katalog.	<i>User</i> akan disajikan informasi berupa barang yang akan dijual seperti harga, dan jumlah barang.
3	Melihat halaman <i>contact</i> .	Dihalaman ini <i>user</i> akan diberikan informasi seperti tombol CTA yang akan diarahkan ke Whatsapp jika tertarik membeli atau melakukan transaksi pembelian.
4	Melihat halaman <i>about us</i> .	Disajikan sebuah informasi yang berupa lokasi Dimsum Nafiadh, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan Dimsum Nafiadh.
5	Menekan tombol hubungi kami.	Akan diarahkan ke Whatsapp untuk melakukan transaksi pembelian.
6	<i>Login</i> .	Admin dapat melakukan <i>login</i> ke dalam <i>control panel</i> Wordpress.
7	Mengelola seluruh halaman.	Admin memiliki hak untuk menambahkan, menghapus, dan mengubah suatu informasi di semua halaman.
8	<i>logout</i>	Admin dapat melakukan <i>logout</i> setelah selesai mengelola situs <i>website</i> .

## 2. Activity Diagram

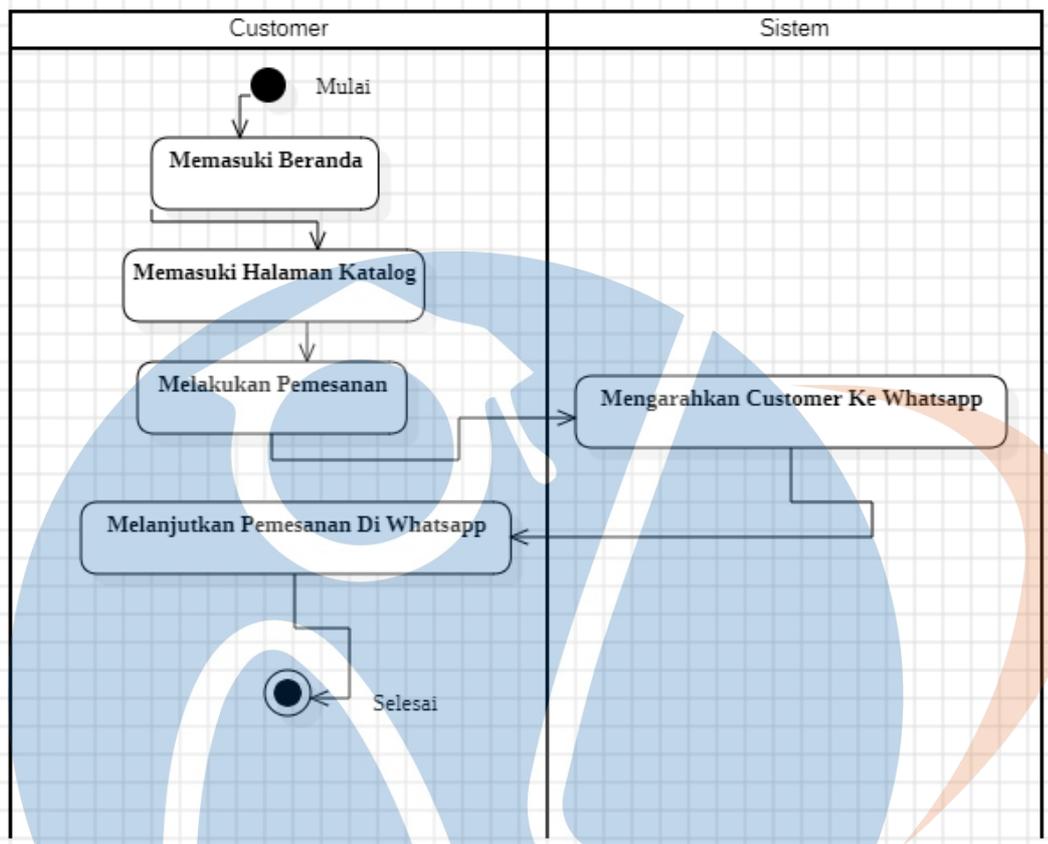
*Activity* Diagram yaitu diagram yang menggambarkan keseluruhan aliran dari aktivitas. Admin bisa mengelola berbagai halaman, informasi, dan tombol CTA di *website*. Berikut merupakan tampilan *Activity* Diagram untuk *website* promosi Dimsum Nafiadh saat *login* sebagai Admin:



Gambar 4. 8 Diagram *Activity Admin*

Berikut merupakan tampilan *Activity Diagram* untuk admin dengan tahapan pertama yaitu *login*. Pada tahapan kedua dan ketiga yaitu masuk halaman *dashboard* dan melihat dan mengelola halaman. Pada tahapan selanjutnya adalah tahapan mengelola informasi tambahan dan mengelola tombol CTA.

STT - NF



Gambar 4. 9 Activity Diagram User

Berikut merupakan tampilan Diagram *activity user* dengan tahapan pertama adalah memasuki beranda. Pada tahap kedua yaitu memasuki halaman katalog dihalaman ini berisikan informasi tentang produk yang dijual oleh Dimsum Nafiadh. Tahap ketiga adalah ketika *user* ingin melakukan pemesanan lalu sistem akan mengarahkan *user* ke halaman *tab* baru Whatsapp dan akan dilanjutkan pemesanannya melalui Whatsapp.

STT - NF

## 4.3 Perancangan sistem

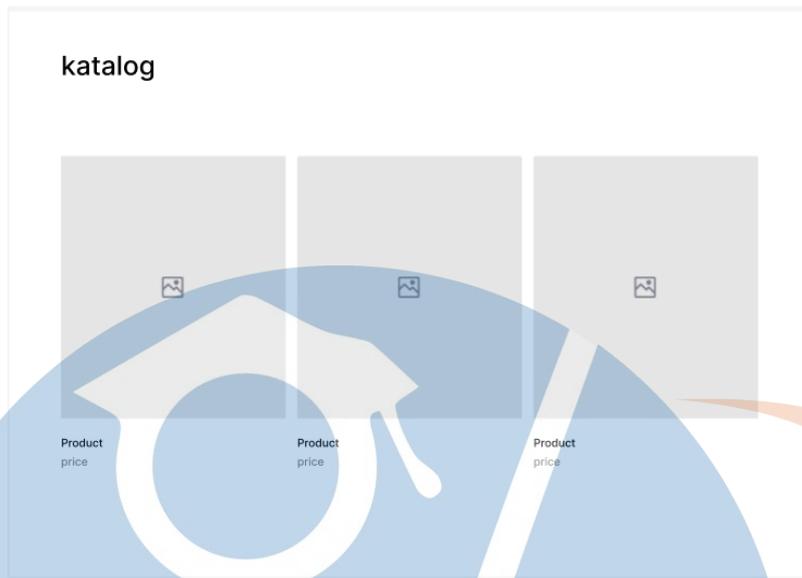
### 4.3.1 Mockup Aplikasi

Desain situs *web* dirancang sebaik mungkin untuk memastikan pengguna dapat menjelajahi informasi dengan lancar. Desain ini dibuat menggunakan platform Figma. Di bawah ini adalah contoh *mockup*/desain situs *web* yang telah disiapkan.



Gambar 4. 10 Mockup Landing Page

*Mockup (landing page)* saat *user* pertama kali mengakses *website* promosi Dimsum Nafiadh. *User* dapat melihat informasi seperti nama Dimsum Nafiadh, slogan Dimsum Nafiadh, tombol menu, dan tombol pesan sekarang. *User* juga dapat melihat informasi seperti logo Dimsum Nafiadh.



Gambar 4. 11 *Mockup Katalog*

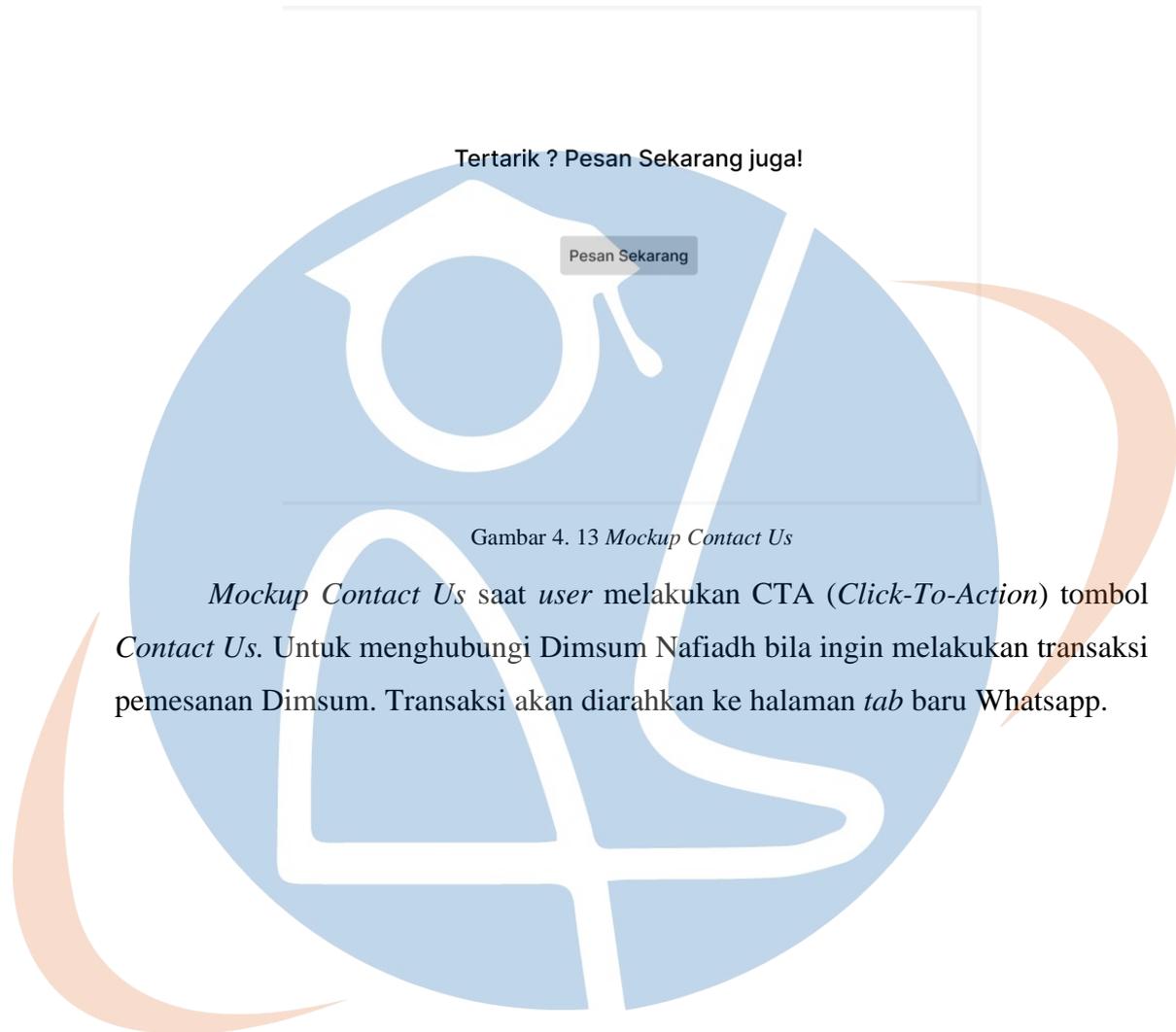
*Mockup* katalog saat *user* melakukan CTA (*Click-To-Action*) tombol katalog untuk melihat menu yang dijual oleh Dimsum Nafiadh. *User* dapat melihat informasi produk yang dijual oleh Dimsum Nafiadh. *User* juga dapat mengetahui foto produk, nama varian produk, dan harga produk.



Gambar 4. 12 *Mockup About*

*Mockup About* saat *user* melakukan CTA (*Click-To-Action*) tombol *About* untuk mengetahui informasi lebih lengkap mengenai Dimsum Nafiadh. Pada

halaman ini informasi yang tersedia seperti logo Dimsum Nafiadh. *User* dapat mengetahui informasi mengenai apa itu Dimsum Nafiadh.



Gambar 4. 13 *Mockup Contact Us*

*Mockup Contact Us* saat *user* melakukan CTA (*Click-To-Action*) tombol *Contact Us*. Untuk menghubungi Dimsum Nafiadh bila ingin melakukan transaksi pemesanan Dimsum. Transaksi akan diarahkan ke halaman *tab* baru Whatsapp.

STT - NF

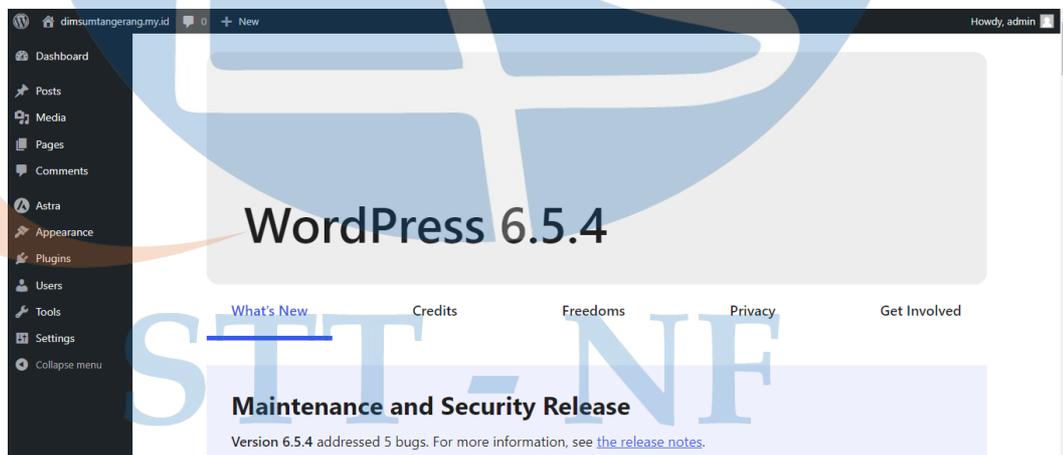
### 4.3.2 Halaman Admin

CMS Wordpress menyediakan fitur admin untuk memudahkan dalam mengelola situs *website* Dimsum Nafiadh dimana fitur yang pertama adalah halaman *form login*, dan yang kedua adalah *dashboard*.



Gambar 4. 14 *Form Login Admin*

*Form login* untuk admin jika ingin masuk kehalaman *dashboard*.



Gambar 4. 15 Halaman *Dashboard*

Halaman *dashboard* berfungsi sebagai suatu fitur yang akan admin gunakan untuk mengelola situs *website* promosi Dimsum Nafiadh, seperti mengelola informasi, mengelola halaman, menghapus informasi, menambahkan informasi, menambahkan halaman, menghapus halaman, dan meng-*edit* halaman bahkan informasi kedalaman situs *website* promosi Dimsum Nafiadh.

## 4.4 Implementasi

Situs *website* promosi Dimsum Nafiadh dirancang menggunakan *theme astra* dengan bantuan CMS Wordpress. *User Interface* (UI) situs *website* promosi dirancang menggunakan *theme astra* sebagai tampilan *Landing Page*. *Website* Dimsum Nafiadh mempunyai empat halaman yang akan digunakan.

### 4.4.1 Hosting dan domain

*Hosting* dan *domain* diperlukan sebelum melakukan implementasi. Layanan *hosting* yang dipakai adalah <https://www.rumahweb.com/>. Layanan tersebut mempunyai Wordpress *hosting* yang sesuai dengan tujuan peneliti. Dengan spesifikasi yang akan digunakan sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Paket Hosting dan Domain

No.	Paket 1 <i>cloudlet</i> .
1.	0.5 CPU <i>core(s)</i> .
2.	512 RAM (MB).
3.	1 GB <i>Storage</i> .
4.	1 <i>website</i> .
5.	1 <i>domain</i> <a href="https://www.dimsumtangerang.my.id/">https://www.dimsumtangerang.my.id/</a> .

### 4.4.2 Instalasi Wordpress

Instalasi Wordpress dibutuhkan sebelum pembuatan situs *website* promosi Dimsum Nafiadh. Karena Wordpress yang nantinya akan peneliti gunakan sebagai awal proses pembuatan situs *website* promosi Dimsum Nafiadh. *Website* tidak mempunyai isi konten apapun sebelum melakukan instalasi Wordpress.

## Install WordPress

Choose installation options

Random values will be generated if fields are left blank.

### General

Installation path:

Website title:

Plugin/theme set:

Website language:

Version:

### WordPress Administrator

Username:

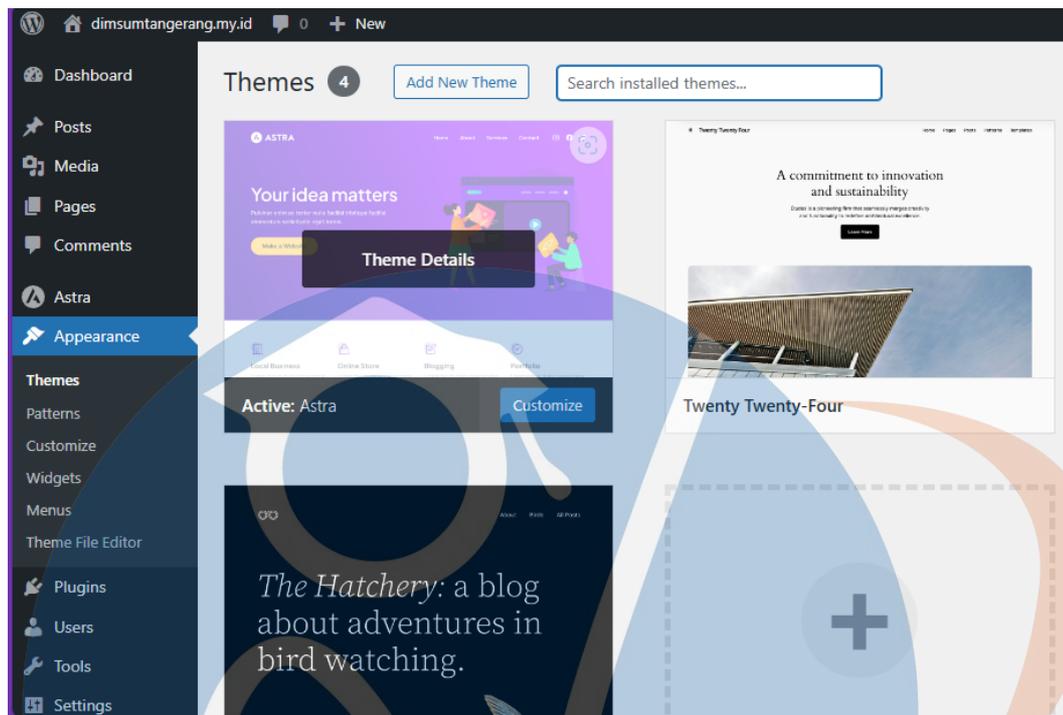
Password:

Gambar 4. 16 Instalasi Wordpress

Gambar 4.15 menunjukkan proses instalasi Wordpress dengan *website title* Dimsum Nafiadh dan sisanya *default*. Jangan lupa untuk menyimpan *username* dan *password* untuk *login* Admin. Setelah yakin semua proses sudah benar langkah selanjutnya adalah instalasi *theme*.

### 4.4.3 Instalasi Theme Astra

Setelah melakukan instalasi Wordpress langkah selanjutnya adalah *login* CMS Wordpress. Untuk masuk ke dalam halaman *dashboard* sisi admin dan setelahnya melakukan *instalasi theme astra* yang akan digunakan sebagai *Landing Page* situs *website* promosi Dimsum Nafiadh. *Theme* ini berfungsi seperti bajunya *website* Dimsum Nafiadh.

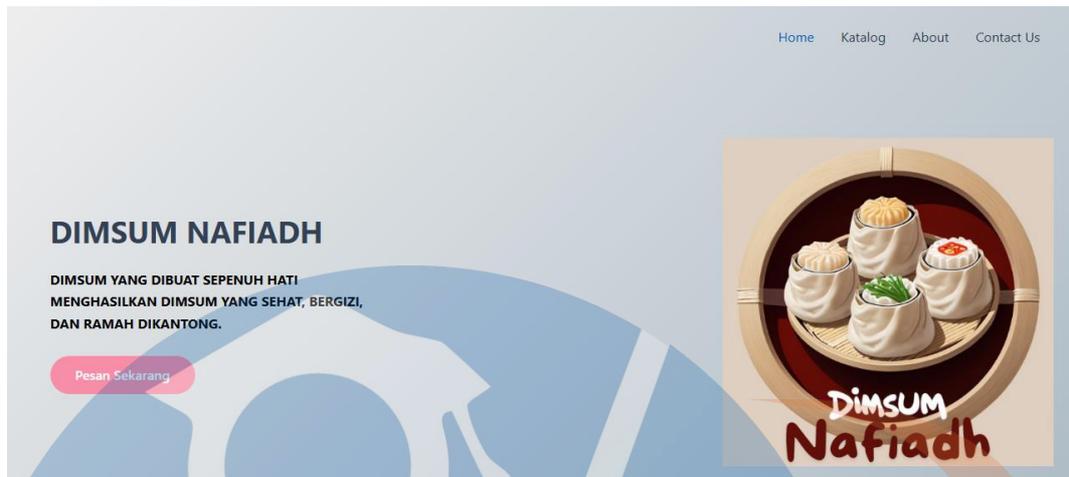


Gambar 4. 17 Instalasi *Themes Astra*

Gambar 4.16 menunjukkan pada bagian menu *appearance* terdapat banyak *themes* yang tersedia. *Themes* yang akan diinstal adalah *themes astra* dan bukan *themes* yang lain. Instalasi *themes astra* telah berhasil dilakukan dengan tulisan *active: astra* menjadi bukti.

#### 4.4.4 *Landing Page*

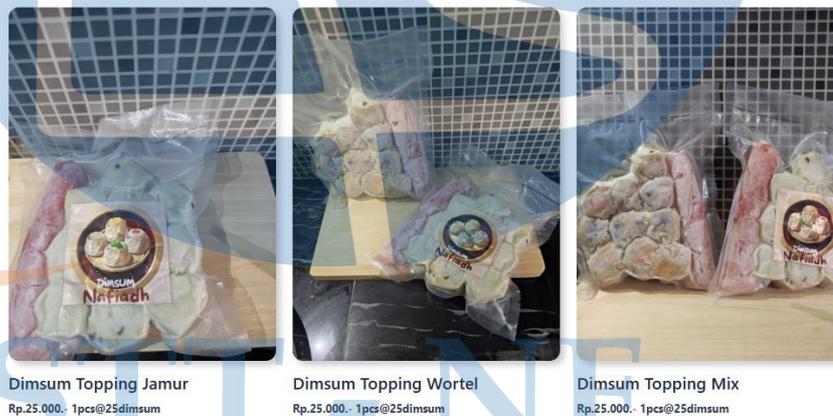
- a. **Halaman *Home*.** Halaman ini akan muncul saat pengguna pertama kali mengunjungi situs *web* promosi Dimsum Nafiadh. Desain yang menarik dan sederhana akan mempermudah pengguna untuk berinteraksi dan merasa nyaman saat berada di halaman ini.



Gambar 4. 18 Halaman *Home*

- b. Halaman Katalog.** Halaman yang menampilkan produk apa saja yang dijual oleh Dimsum nafiadh dan beberapa informasi seperti nama produk dan harga produk yang ditawarkan oleh Dimsum Nafiadh. Dengan adanya halaman ini pengguna akan mengetahui informasi seperti nama produk dan harga produk yang dijual oleh Dimsum Nafiadh.

Katalog



Gambar 4. 19 Halaman Katalog

- c. Halaman tentang Dimsum Nafiadh.** Halaman ini memberikan gambaran singkat tentang Dimsum Nafiadh beserta beberapa informasi tambahan yang mungkin belum diketahui oleh pengguna. Dengan keberadaan halaman ini, pengguna tidak akan kebingungan untuk mencari informasi mengenai apa itu Dimsum Nafiadh.



Gambar 4. 20 Halaman *About*

- d. **Halaman *Contact Us***. Halaman *Contact Us* pengguna dapat melihat informasi seperti tombol CTA (*Click-To-Action*). Untuk menghubungi Dimsum Nafiadh saat pengguna ingin melakukan transaksi atau pemesanan yang akan diarahkan ke Whatsapp.



Gambar 4. 21 Halaman *Contact Us*

#### 4.5 *Testing*

Setelah *website* selesai dibangun, tahap pengujian dilakukan untuk memastikan semua fitur berfungsi dengan baik dan *website* mudah diakses oleh pengguna. Peneliti menggunakan metode *blackbox testing* untuk menguji fungsionalitas sistem tanpa melihat kode sumbernya. Pengujian ini meliputi uji fungsionalitas, uji kegunaan.

#### 4.5.1 Blackbox Testing

Di bawah ini adalah tabel pengujian *blackbox* yang di uji oleh peneliti berdasarkan situs *website* promosi Dimsum Nafiadh. Tabel ini menjelaskan seperti skenario pengujian, *test case*, hasil yang diharapkan. Mempunyai *output* seperti hasil pengujian dan hasil akhir apakah valid atau tidak.

Tabel 4. 9 *Blackbox Testing*

No	Skenario pengujian	Test case	Hasil yang diharapkan	Hasil pengujian	Hasil akhir
1	Mengklik <i>button</i> Pesan Sekarang.	Klik <i>button</i> Pesan sekarang.	Akan diarahkan ke Whatsapp di <i>tab browser</i> baru.	Menampilkan <i>tab browser</i> baru berisikan halaman Whatsapp.	Valid.
2	Mengklik <i>button</i> Kontak Kami.	Klik <i>button</i> Kontak Kami.	Akan diarahkan ke Whatsapp di <i>tab browser</i> baru.	Menampilkan <i>tab browser</i> baru berisikan halaman Whatsapp.	Valid.
3	Mengklik <i>button home</i> .	Klik <i>button</i> home.	Akan menampilkan halaman <i>home</i> .	Menampilkan halaman <i>home</i> .	Valid.
4	Mengklik <i>button</i> katalog.	Klik <i>button</i> katalog.	Akan menampilkan halaman katalog.	Menampilkan halaman katalog.	Valid.
5	Mengklik <i>button about</i> .	Klik <i>button</i> about.	Akan menampilkan halaman <i>about</i> .	Menampilkan halaman <i>about</i> .	Valid.

6	User menekan menu <i>Contact Us</i> .	Klik <i>button contact us</i> .	Sistem menampilkan halaman <i>Contact Us</i> .	Menampilkan halaman <i>contact us</i> .	Valid.
---	---------------------------------------	---------------------------------	--	---	--------

Tabel 4.9 di atas merupakan hasil pengujian *blackbox testing* yang dilakukan pada *website* promosi Dimsum Nafiadh. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua fungsi pada *website* bekerja sesuai dengan yang diharapkan tanpa melihat kode internalnya. Berikut adalah penjelasan dari setiap kolom dalam tabel:

- a. **Skenario Pengujian:** Kolom ini berisi deskripsi singkat tentang tindakan yang akan dilakukan oleh pengguna pada *website*. Contoh tindakan tersebut adalah mengklik berbagai tombol yang tersedia di halaman *website*, seperti tombol "Pesan Sekarang", "Kontak Kami", "*Home*", "Katalog", "*About*", dan "*Contact Us*".
- b. **Test Case:** Kolom ini menjelaskan langkah spesifik yang harus dilakukan oleh penguji untuk menjalankan skenario pengujian. Setiap tindakan mengacu pada interaksi pengguna dengan elemen UI tertentu, seperti mengklik tombol yang sesuai.
- c. **Hasil yang Diharapkan:** Kolom ini menggambarkan apa yang seharusnya terjadi setelah tindakan dilakukan. Misalnya, setelah mengklik tombol "Pesan Sekarang" atau "Kontak Kami", pengguna diharapkan diarahkan ke halaman Whatsapp di *tab browser* baru. Sedangkan untuk tombol lainnya seperti "*Home*", "Katalog", "*About*", dan "*Contact Us*", pengguna diharapkan diarahkan ke halaman yang sesuai pada *website*.
- d. **Hasil Pengujian:** Kolom ini mencatat apa yang sebenarnya terjadi selama pengujian. Ini adalah observasi penguji tentang apakah tindakan yang dilakukan menghasilkan hasil yang diharapkan. Dalam semua kasus yang ditampilkan, hasil pengujian sesuai dengan hasil yang diharapkan.

- e. **Hasil Akhir:** Kolom ini menyatakan apakah pengujian valid atau tidak. Dalam tabel ini, semua hasil pengujian dinyatakan valid, yang berarti semua fitur yang diuji berfungsi sebagaimana mestinya.

Tahap selanjutnya adalah rincian pengujian yang akan dijelaskan secara deskriptif. Berikut rincian pengujian:

**1. Mengklik tombol "Pesan Sekarang":**

- *Test Case:* Klik tombol "Pesan Sekarang".
- Hasil yang Diharapkan: Akan diarahkan ke Whatsapp di *tab browser* baru.
- Hasil Pengujian: Menampilkan *tab browser* baru berisikan halaman Whatsapp.
- Hasil Akhir: Valid.

**2. Mengklik tombol "Kontak Kami":**

- *Test Case:* Klik tombol "Kontak Kami".
- Hasil yang Diharapkan: Akan diarahkan ke Whatsapp di *tab browser* baru.
- Hasil Pengujian: Menampilkan *tab browser* baru berisikan halaman Whatsapp.
- Hasil Akhir: Valid.

**3. Mengklik tombol "Home":**

- *Test Case:* Klik tombol "Home".
- Hasil yang Diharapkan: Akan menampilkan halaman *Home*.
- Hasil Pengujian: Menampilkan halaman *Home*.
- Hasil Akhir: Valid.

**4. Mengklik tombol "Katalog":**

- *Test Case:* Klik tombol "Katalog".
- Hasil yang Diharapkan: Akan menampilkan halaman Katalog.
- Hasil Pengujian: Menampilkan halaman Katalog.
- Hasil Akhir: Valid.

#### 5. Mengklik tombol "About":

- *Test Case*: Klik tombol "About".
- Hasil yang Diharapkan: Akan menampilkan halaman *About*.
- Hasil Pengujian: Menampilkan halaman *About*.
- Hasil Akhir: Valid.

#### 6. User menekan menu "Contact Us":

- *Test Case*: Klik tombol "Contact Us".
- Hasil yang Diharapkan: Sistem menampilkan halaman *Contact Us*.
- Hasil Pengujian: Menampilkan halaman *Contact Us*.
- Hasil Akhir: Valid.

Dari hasil pengujian di atas, dapat disimpulkan bahwa *website* Dimsum Nafiadh berfungsi dengan baik sesuai dengan skenario pengujian yang direncanakan. Semua fitur yang diuji berhasil memenuhi hasil yang diharapkan, sehingga *website* siap untuk digunakan oleh pengguna.

### 4.6 Evaluasi

Tahap akhir melibatkan evaluasi efektivitas *website* dalam meningkatkan *brand awareness*. Peneliti akan mengumpulkan data dari kuesioner yang telah disebarakan kepada pengguna untuk mengukur tingkat kesadaran merek sebelum dan sesudah penggunaan *website*. Analisis data ini akan memberikan gambaran tentang keberhasilan proyek.

#### 4.6.1 Kuesioner

Berikut beberapa pertanyaan yang akan diberikan kepada responden untuk menentukan pengaruh *website* promosi Dimsum Nafiadh terhadap *brand awareness*:

Tabel 4. 10 Perancangan Kuesioner

No	Pertanyaan
1	Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Dimsum Nafiadh?.

2	Apa yang Anda ketahui tentang Dimsum Nafiadh sebelum mengunjungi <i>website</i> kami?.
3	Apa kesan pertama Anda saat mengunjungi <i>website</i> Dimsum Nafiadh?.
4	Menurut Anda, seberapa mudah navigasi dan menemukan informasi di <i>website</i> Dimsum Nafiadh?.
5	Apakah desain dan tampilan <i>website</i> Dimsum Nafiadh sesuai dengan ekspektasi Anda terhadap sebuah brand makanan? Mengapa atau mengapa tidak?
6	Bagaimana Anda menilai informasi produk yang disajikan di <i>website</i> Dimsum Nafiadh? Apakah informatif dan mudah dipahami? Jelaskan.
7	Apakah Anda merasa <i>website</i> Dimsum Nafiadh meningkatkan kepercayaan Anda terhadap brand ini? Jelaskan alasan Anda.
8	Sejauh mana Anda merasa tertarik untuk mencoba atau membeli produk Dimsum Nafiadh setelah mengunjungi <i>website</i> kami? Jelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Anda.
9	Apakah ada saran atau masukan yang Anda ingin sampaikan untuk meningkatkan kualitas <i>website</i> Dimsum Nafiadh?.

Setelah disebarluaskan kuesioner dari tanggal 1 Juni 2024 hingga 7 Juni 2024 mendapatkan 10 responden yang mempunyai kriteria 5 responden adalah yang pernah membeli Dimsum Nafiadh, dan 5 responden terakhir adalah yang sekedar mencoba Dimsum Nafiadh tapi belum pernah membeli. Berikut bukti data kuesioner 10 responden <https://forms.gle/dV7vcMRxmYqTufZT8> :

Tabel 4. // Biodata Responden

Nama	Umur	Alamat
[BS].	33	Kota Tangerang.
[DL].	29	Kota Tangerang.
[EP].	35	Kota Tangerang.

[FP].	37	Kota Tangerang.
[HW].	43	Kota Tangerang.
[IP].	22	Kota Depok.
[JS].	25	Kota Bogor.
[LM].	21	Kota Depok.
[RH].	31	Kota Depok.
[SN].	23	Kota Depok.

1	Nama	Umur	Alamat	1. Bagaimana Anda pe	2. Apa yang Anda ket	3. Apa kesan pertama	4. Menurut Anda, seb	5. Apakah desain dan	6. Bagaimana Anda m	7. Apakah Anda merai	8. Sejauh mana A
2	Budi Santoso	33	perumahan pinang gri	Saya pertama kali mei	Sebelum mengunjungi	Kesan pertama saya z	Navigasi di website sa	Desain dan tampilan w	Informasi produk sang	Ya, website Dimsum l	Saya sangat tert
3	Dewi Lestari	29	perumahan pinang gri	Saya mengetahuinya l	Saya tahu bahwa Dim	Kesan pertama saya z	Navigasi dan menemu	Ya, desain dan tampil	Informasi produk sang	Website ini meningkat	Saya sangat tert
4	Eko Prasetyo	35	Jl. Cendrawasih Raya	Saya mengetahuinya (	Saya tahu bahwa Dim	Kesan pertama saya z	Navigasi dan menemu	Desain dan tampilan w	Informasi produk yang	Website ini meningkat	Saya sangat tert
5	Fitriani Putri	37	pinang griya jl.kakua	Saya mengetahuinya (	Saya tahu bahwa Dim	Kesan pertama saya z	Navigasi di website sa	Desain dan tampilan w	Informasi produk sang	Ya, website ini mening	Saya sangat tert
6	Hendra Wijaya	43	perumahan buana garc	Saya mengetahuinya (	Saya tahu bahwa Dim	Kesan pertama saya z	Navigasi di website sa	Desain dan tampilan w	Informasi produk sang	Ya, website ini mening	Saya sangat tert
7	Indah Permatasari	22	depok, beji kukusan ri	Saya pertama kali mei	Sebelum mengunjungi	Kesan pertama saya z	Navigasi dan menemu	Desain dan tampilan w	Informasi produk yang	Ya, website ini mening	Saya cukup tertar
8	Joko Susilo	25	Jl. Komp. Bogor Raya	Saya mengetahuinya (	Saya tidak tahu, banya	Kesan pertama saya z	Navigasi dan menemu	Desain dan tampilan w	Informasi produk cuku	Ya, website ini mening	Saya cukup tertar
9	Lina Marlina	21	HR88+9JG, Jl. Depok	Saya mengetahuinya (	Saya tidak tahu, banya	Kesan pertama saya z	Navigasi dan menemu	Desain dan tampilan w	Informasi produk yang	Ya, website ini mening	Saya cukup tertar
10	Rudi Hartono	31	Jl. Pemuda Jl. Alam P	Saya mengetahuinya (	Saya tidak tahu, banya	Kesan pertama saya z	Navigasi dan menemu	Desain dan tampilan w	Informasi produk cuku	Ya, website ini mening	Saya cukup tertar
11	Siti Nurhaliza	23	Jl. Ciputat Baru, Sawi	Saya mengetahuinya (	Saya tidak tahu, banya	Kesan pertama saya z	Navigasi dan menemu	Desain dan tampilan w	Informasi produk cuku	Ya, website ini mening	Saya cukup tertar

Gambar 4. 22 Data Responden

Proses selanjutnya adalah pengkodean melalui aplikasi *Nvivo*. Pengkodean dilakukan untuk mengetahui kode apa saja yang sering digunakan atau kata-kata yang sering disebut oleh responden. Berikut gambar hasil pengkodean melalui *Nvivo*:

Tabel 4. 12 Tabel Pengkodean Melalui Nvivo

Nama	Jumlah responden
(Q1) Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Dimsum Nafiadh?.	
(1) Teman	6
(2) Tetangga	2
(3) Keluarga	1
(4) Peneliti	1
(Q2) Apa yang Anda ketahui tentang Dimsum Nafiadh sebelum mengunjungi <i>website</i> kami?.	
(1) Kualitas	4
(2) Populer	1
(3) Tidak Tahu	5

(Q3) Apa kesan pertama Anda saat mengunjungi <i>website</i> Dimsum Nafiadh?.	
(1) Menarik Dan Mudah Digunakan	6
(2) <i>User-Friendly</i> Dan Informatif	4
(Q4) Menurut Anda, seberapa mudah navigasi dan menemukan informasi di <i>website</i> Dimsum Nafiadh?.	
(1) Navigasi Dan Informasi Mudah	10
(Q5) Apakah desain dan tampilan <i>website</i> Dimsum Nafiadh sesuai dengan ekspektasi Anda terhadap sebuah <i>brand</i> makanan? Mengapa atau mengapa tidak?.	
(1) Ya, Desain dan tampilan sesuai	10
(Q6) Bagaimana Anda menilai informasi produk yang disajikan di <i>website</i> Dimsum Nafiadh? Apakah informatif dan mudah dipahami? Jelaskan.	
(1) Sangat Informatif Dan Mudah Dipahami	5
(2) Cukup Informatif Dan Mudah Dipahami	5
(Q7) Apakah Anda merasa <i>website</i> Dimsum Nafiadh meningkatkan kepercayaan Anda terhadap <i>brand</i> ini? Jelaskan alasan Anda.	
(1) Ya, <i>website</i> ini meningkatkan kepercayaan saya	10
(Q8) Sejauh mana Anda merasa tertarik untuk mencoba atau membeli produk Dimsum Nafiadh setelah mengunjungi <i>website</i> kami? Jelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Anda.	
(1) Sangat Tertarik	5
(2) Cukup Tertarik	5

(Q9) Apakah ada saran atau masukan yang Anda ingin sampaikan untuk meningkatkan kualitas <i>website</i> Dimsum Nafiadh?.	
(1) Fitur <i>Live Chat</i>	1
(2) Fitur <i>Video</i>	1
(3) Fitur Ulasan Pelanggan	2
(4) Fitur Pemesanan Langsung	1
(5) Fitur Opsi Pembayaran <i>Online</i>	1
(6) Tambahkan Lebih Banyak Foto Produk	2
(7) Fitur Pencarian Produk	1
(8) Tambahkan Lebih Banyak Variasi Produk	1

Dari tabel berikut merupakan hasil pengkodean melalui aplikasi *Nvivo*. Didapatkan sebuah data per-*question*, data tersebut akan digunakan untuk mengidentifikasi data selanjutnya. Langkah selanjutnya melakukan pendataan tabel untuk per-responden menjawab setiap pertanyaan yang ada.

Tabel 4. 13 Tabel Responden Setelah Pengkodean

Nama	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9
[BS].	1	1	1	1	1	1	1	1	1
[DL].	2	1	2	1	1	1	1	1	2
[EP].	2	2	1	1	1	1	1	1	3
[FP].	3	1	1	1	1	1	1	1	4
[HW].	1	1	2	1	1	1	1	1	5
[IP].	1	3	1	1	1	2	1	2	6
[JS].	4	3	1	1	1	2	1	2	3
[LM].	1	3	1	1	1	2	1	2	7

[RH].	1	3	1	1	1	2	1	2	8
[SN].	1	3	1	1	1	2	1	2	6

Langkah selanjutnya adalah membuat visualisasi data menggunakan diagram batang. Visualisasi data akan dibuat per-pertanyaan, visualisasi data ini adalah hal yang akan peneliti buat setelah pengkodean melalui *nvivo*. Dalam pengkodean melalui *nvivo* peneliti membutuhkan visualisasi data.



Gambar 4. 23 Visualisasi Data *Word Cloud*

Berdasarkan *word cloud* yang dihasilkan, beberapa kata dan frasa yang paling menonjol adalah "navigasi dan informasi mudah," "desain dan tampilan sesuai," serta "*website* ini meningkatkan kepercayaan saya.", hal ini menunjukkan bahwa para responden merasa bahwa *website* Dimsum Nafiadh mudah dinavigasi dan informasinya mudah ditemukan, serta desain dan tampilannya memenuhi ekspektasi mereka terhadap sebuah *brand* makanan, hal ini juga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap *brand* Dimsum Nafiadh Tangerang tersebut [BS][DL][EP][FP][HW][IP][JS][LM][RH][SN]. Selain itu, frasa seperti "menarik dan mudah digunakan" dan "*user-friendly* dan informatif" juga muncul, mengindikasikan bahwa kesan pertama yang didapatkan oleh pengguna saat mengunjungi *website* ini adalah positif, dengan kemudahan penggunaan dan informasi yang bermanfaat [BS][DL][EP][FP][HW][IP][JS][LM][RH][SN].

Beberapa responden juga mencatat bahwa mereka merasa "sangat tertarik" dan "cukup tertarik" untuk mencoba atau membeli produk Dimsum Nafiadh setelah mengunjungi *website* tersebut. Dari sisi fitur, ada beberapa saran perbaikan seperti penambahan "fitur *live chat*," "fitur ulasan pelanggan," "fitur pemesanan langsung," "fitur opsi pembayaran *online*," "tambahkan lebih banyak foto produk," "fitur pencarian produk," serta "tambahkan lebih banyak variasi produk." [BS][DL][EP][FP][HW][IP][JS][LM][RH][SN]. Kata-kata seperti "kualitas," "populer," "teman," "tetangga," "keluarga," dan "peneliti" juga muncul, mencerminkan berbagai cara responden pertama kali mengetahui tentang Dimsum Nafiadh, dengan "teman" menjadi sumber informasi yang paling umum. Frasa seperti "sangat informatif dan mudah dipahami" dan "cukup informatif dan mudah dipahami" juga muncul, menunjukkan bahwa informasi produk yang disajikan di *website* ini dianggap jelas dan mudah dimengerti oleh para pengguna [BS][DL][EP][FP][HW][IP][JS][LM][RH][SN]. Secara keseluruhan, *word cloud* ini menggambarkan persepsi positif dari para responden terhadap *website* Dimsum Nafiadh, dengan penekanan pada kemudahan penggunaan, desain yang sesuai, dan fitur-fitur yang dapat meningkatkan kepercayaan serta minat untuk membeli produk. Saran untuk penambahan fitur dan perbaikan juga mencerminkan keinginan pengguna untuk melihat pengembangan lebih lanjut pada *website* ini.

#### 4.6.2 Identifikasi pola

Tabel 4. 14 Tabel Pertanyaan Satu

Responden	Jawaban
[BS].	Rekomendasi teman.
[DL].	Rekomendasi tetangga.
[EP].	Tahu dari tetangga.
[FP].	Keluarga.
[HW].	Rekomendasi teman.
[IP].	Dari teman
[JS].	Mengetahui dari peneliti.
[LM].	Rekomendasi teman.

[RM].	Dari Teman.
[SN].	Teman.

Sepuluh responden mengetahui Dimsum Nafiadh dari rekomendasi orang lain, seperti teman, tetangga, atau keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa *word of mouth* memiliki peran penting dalam penyebaran informasi tentang Dimsum Nafiadh. Peneliti mencatat bahwa strategi pemasaran melalui rekomendasi personal ini cukup efektif dalam menarik perhatian calon pelanggan [BS][DL][EP][FP][HW][IP][JS][LM][RH][SN].

Tabel 4. 15 Tabel Pertanyaan Dua

Responden	Jawaban
[BS].	Makanan yang berkualitas.
[DL].	Kualitas pada makanan.
[EP].	Makanan yang populer.
[FP].	Berkualitas tinggi.
[HW].	Terjaga kualitasnya.
[IP].	Tidak banyak tahu.
[JS].	Aku tidak tahu.
[LM].	Saya tidak mengetahui apapun.
[RM].	Tidak tahu.
[SN].	Tidak banyak tahu.

Sepuluh responden sudah mengetahui kualitas dan popularitas Dimsum Nafiadh, namun banyak juga yang tidak terlalu tahu sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *brand* ini sudah dikenal oleh sebagian orang, masih ada potensi untuk meningkatkan *brand awareness*. Peneliti menyarankan agar Dimsum Nafiadh meningkatkan strategi pemasaran mereka untuk mencapai audiens yang lebih luas [BS][DL][EP][FP][HW][IP][JS][LM][RH][SN].

Tabel 4. 16 Tabel Pertanyaan Tiga

Responden	Jawaban
-----------	---------

[BS].	Terlihat menarik dan profesional.
[DL].	profesional serta tampak menarik.
[EP].	Kesannya menarik dan terlihat profesional.
[FP].	profesional <i>Website</i> yang menarik.
[HW].	Menarik dilihat dan terasa profesional.
[IP].	Terlihat profesional juga menarik.
[JS].	Sangat menarik dan profesional.
[LM].	Menarik dan berkesan profesional.
[RM].	Menarik dan terlihat profesional.
[SN].	Menarik dan menunjukkan profesionalisme.

Hampir semua responden memberikan kesan pertama yang positif terhadap *website* Dimsum Nafiadh. Mereka merasa bahwa tampilan dan navigasi *website* sangat menarik dan profesional. Peneliti menilai bahwa kesan pertama yang positif ini berpotensi meningkatkan minat beli dan kepercayaan terhadap *brand* .  
 [BS][DL][EP][FP][HW][IP][JS][LM][RH][SN].

Tabel 4. 17 Tabel Pertanyaan Empat

Responden	Jawaban
[BS].	Sangat mudah.
[DL].	Mudah sekali.
[EP].	Navigasinya mudah.
[FP].	Cukup mudah.
[HW].	Mudah untuk dinavigasi.
[IP].	Sangat mudah.
[JS].	Mudah diikuti.
[LM].	Mudah untuk ditemukan.
[RM].	Mudah dan intuitif.
[SN].	Navigasinya sangat mudah.

Semua responden setuju bahwa navigasi di *website* sangat mudah dan informasi sangat mudah ditemukan. Mereka merasa bahwa *website* Dimsum Nafiadh dirancang dengan *user-friendly* yang memudahkan mereka dalam mencari produk dan informasi. Peneliti menyimpulkan bahwa kemudahan navigasi ini merupakan salah satu keunggulan utama *website* Dimsum Nafiadh [BS][DL][EP][FP][HW][IP][JS][LM][RH][SN].

Tabel 4. 18 Tabel Pertanyaan Lima

Responden	Jawaban
[BS].	Sesuai dengan ekspektasi.
[DL].	Memenuhi ekspektasi.
[EP].	Cukup sesuai dengan ekspektasi.
[FP].	Tampilan sesuai ekspektasi.
[HW].	Sesuai harapan.
[IP].	Sesuai dengan harapan.
[JS].	Memenuhi harapan.
[LM].	Sesuai dengan apa yang diharapkan.
[RM].	Memenuhi ekspektasi saya.
[SN].	Sesuai ekspektasi saya.

Semua responden merasa desain dan tampilan *website* sesuai dengan ekspektasi mereka terhadap *brand* makanan. Mereka menyebutkan bahwa estetika dan *layout website* mencerminkan kualitas dan profesionalisme Dimsum Nafiadh. Peneliti mencatat bahwa kesesuaian desain dan tampilan ini berperan penting dalam membangun citra positif *brand* [BS][DL][EP][FP][HW][IP][JS][LM][RH][SN].

Tabel 4. 19 Tabel Pertanyaan Enam

Responden	Jawaban
[BS].	Sangat informatif dan mudah dipahami.
[DL].	Informasinya mudah dimengerti dan cukup jelas.
[EP].	Informatif dan mudah dimengerti.

[FP].	Informasi jelas dan mudah dipahami.
[HW].	Sangat mudah dipahami dan informatif.
[IP].	Informasinya cukup informatif dan mudah dipahami.
[JS].	Cukup informatif dan jelas.
[LM].	Mudah dimengerti dan informatif.
[RM].	Informatif serta mudah dipahami.
[SN].	Informasi yang disajikan cukup mudah dipahami.

Responden merasa informasi produk sangat informatif dan mudah dipahami, dengan beberapa yang merasa cukup informatif. Mereka mengapresiasi detail dan kejelasan informasi yang disajikan di *website*. Peneliti mencatat bahwa penyajian informasi produk yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan minat beli pelanggan [BS][DL][EP][FP][HW][IP][JS][LM][RH][SN].

Tabel 4. 20 Tabel Pertanyaan Tujuh

Responden	Jawaban
[BS].	Ya, meningkatkan kepercayaan saya.
[DL].	Ya, saya merasa lebih percaya.
[EP].	Ya, kepercayaan saya meningkat.
[FP].	Ya, menambah kepercayaan saya.
[HW].	Ya, lebih percaya terhadap <i>brand</i> ini.
[IP].	Ya, saya jadi lebih percaya.
[JS].	Ya, kepercayaan saya bertambah.
[LM].	Ya, saya merasa lebih yakin.
[RM].	Ya, semakin percaya.
[SN].	Ya, meningkatkan rasa percaya saya.

Semua responden merasa *website* meningkatkan kepercayaan mereka terhadap *brand*. Mereka merasakan bahwa presentasi profesional dan informatif di *website* Dimsum Nafiadh mencerminkan kualitas dan kredibilitas *brand*. Peneliti

menyimpulkan bahwa kehadiran *website* yang baik dapat memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap Dimsum Nafiadh [BS][DL][EP][FP][HW][IP][JS][LM][RH][SN].

Tabel 4. 21 Tabel Pertanyaan Delapan

Responden	Jawaban
[BS].	Sangat tertarik untuk mencoba.
[DL].	Cukup tertarik untuk membeli.
[EP].	Sangat ingin mencoba.
[FP].	Sangat tertarik untuk membeli.
[HW].	Tertarik untuk mencoba produk.
[IP].	Cukup tertarik untuk membeli produk.
[JS].	Sangat ingin membeli.
[LM].	Cukup tertarik untuk mencoba.
[RM].	Sangat tertarik untuk mencoba produk.
[SN].	Cukup ingin mencoba.

Mayoritas responden sangat tertarik untuk membeli produk setelah mengunjungi *website*, dengan beberapa yang merasa cukup tertarik. Hal ini menunjukkan bahwa *website* Dimsum Nafiadh berhasil menarik minat pengunjung untuk mencoba atau membeli produk. Peneliti menilai bahwa tampilan dan informasi yang disajikan di *website* memainkan peran penting dalam meningkatkan ketertarikan pembelian [BS][DL][EP][FP][HW][IP][JS][LM][RH][SN].

Tabel 4. 22 Tabel Pertanyaan Sembilan

Responden	Jawaban
[BS].	Mungkin bisa ditambahkan fitur <i>live chat</i> untuk pertanyaan langsung.
[DL].	Mungkin bisa ditambahkan <i>video</i> cara pembuatan dimsum.
[EP].	Bisa ditambahkan fitur ulasan dari pelanggan lain.

[FP].	Mungkin bisa ditambahkan fitur pemesanan langsung di <i>website</i> .
[HW].	Mungkin bisa ditambahkan opsi pembayaran <i>online</i> .
[IP].	Mungkin bisa ditambahkan lebih banyak testimoni dari pelanggan.
[JS].	Mungkin bisa ditambahkan lebih banyak foto produk.
[LM].	Mungkin bisa ditambahkan fitur pencarian produk.
[RM].	Mungkin bisa ditambahkan lebih banyak variasi produk.
[SN].	Mungkin bisa ditambahkan lebih banyak foto produk dari berbagai sudut.

**Saran dan Masukan:** Responden memberikan berbagai saran seperti penambahan fitur *live chat*, *video* cara pembuatan, ulasan pelanggan, fitur pemesanan langsung, opsi pembayaran *online*, lebih banyak testimoni, lebih banyak foto produk, fitur pencarian produk, dan lebih banyak variasi produk. Setelah melakukan identifikasi pola maka peneliti mendapatkan identifikasi tema [BS][DL][EP][FP][HW][IP][JS][LM][RH][SN]. Berikut tabel identifikasi tema:

Tabel 4. 23 Identifikasi Tema

<b>Pertanyaan.</b>	<b>Pelanggan yang pernah membeli Dimsum Nafiadh.</b>	<b>Responden yang pernah mencoba Dimsum Nafiadh dan belum pernah melakukan pembelian produk Dimsum Nafiadh.</b>	<b>Tema.</b>
Q1: Bagaimana Anda pertama	Rekomendasi teman/keluarga.	Rekomendasi teman.	<i>Word of Mouth.</i>

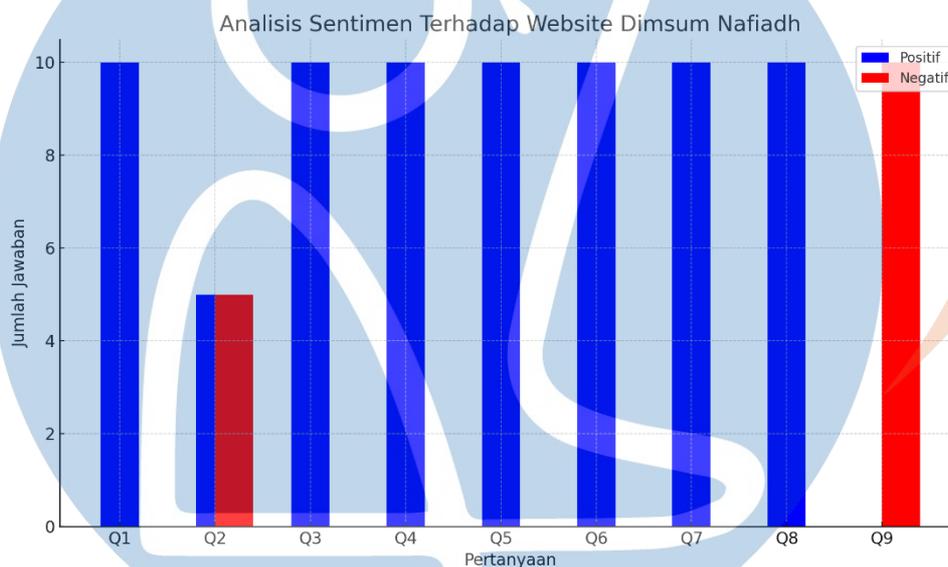
kali mengetahui tentang Dimsum Nafiadh?			
Q2: Apa yang Anda ketahui tentang Dimsum Nafiadh sebelum mengunjungi <i>website</i> kami?.	Kualitas tinggi, banyak varian.	Tidak banyak tahu.	<i>Brand Awareness.</i>
Q3: Apa kesan pertama Anda saat mengunjungi <i>website</i> Dimsum Nafiadh?	Menarik dan profesional.	Menarik dan profesional.	Kesan Pertama Positif.
Q4: Menurut Anda, seberapa mudah navigasi dan menemukan informasi di <i>website</i> Dimsum Nafiadh?	Mudah.	Mudah.	Navigasi <i>User-Friendly.</i>
Q5: Apakah desain dan tampilan <i>website</i> Dimsum Nafiadh sesuai dengan ekspektasi Anda terhadap sebuah <i>brand</i> makanan?.	Sesuai.	Sesuai.	Desain Sesuai Ekspektasi.

Q6: Bagaimana Anda menilai informasi produk yang disajikan di <i>website</i> Dimsum Nafiadh?	Informatif dan mudah dipahami.	Informatif dan mudah dipahami.	Informasi Produk Jelas.
Q7: Apakah Anda merasa <i>website</i> Dimsum Nafiadh meningkatkan kepercayaan Anda terhadap brand ini?	Ya.	Ya.	Kepercayaan Meningkat.
Q8: Sejauh mana Anda merasa tertarik untuk mencoba atau membeli produk Dimsum Nafiadh setelah mengunjungi <i>website</i> kami?	Sangat tertarik.	Cukup tertarik.	Minat Pembelian Tinggi.
Q9: Apakah ada saran atau masukan yang Anda ingin sampaikan untuk meningkatkan kualitas <i>website</i>	<i>Live chat</i> , ulasan pelanggan, fitur pemesanan langsung Fitur opsi pembayaran <i>online</i> , fitur <i>video</i> .	Lebih banyak testimoni, fitur pencarian, lebih banyak foto produk.	Saran Perbaikan <i>Website</i> .

Dimsum Nafiadh?.			
------------------	--	--	--

Berdasarkan Tabel 4.23 di atas merupakan identifikasi tema setiap pertanyaan dan mengelompokkan responden berdasarkan pembeli yang sudah pernah membeli, dan yang belum pernah membeli tapi sudah mencoba produk Dimsum Nafiadh.

#### 4.6.3 Analisis Sentimen



Gambar 4. 24 Diagram Batang Analisis Sentimen

Berikut adalah diagram batang untuk analisis sentimen. Diagram ini menunjukkan jumlah jawaban positif dan negatif untuk setiap pertanyaan (Q1-Q9) berdasarkan data yang benar:

1. **Q1 (10 Positif, 0 Negatif):** Semua responden memberikan umpan balik positif tentang bagaimana mereka pertama kali mengetahui Dimsum Nafiadh.
2. **Q2 (5 Positif, 5 Negatif):** Setengah dari responden tidak tahu banyak tentang Dimsum Nafiadh sebelum mengunjungi *website*.
3. **Q3 (10 Positif, 0 Negatif):** Semua responden memberikan kesan pertama yang positif tentang *website*.

4. **Q4 (10 Positif, 0 Negatif):** Semua responden setuju bahwa navigasi dan menemukan informasi di *website* sangat mudah.
5. **Q5 (10 Positif, 0 Negatif):** Semua responden merasa desain dan tampilan *website* sesuai dengan ekspektasi mereka terhadap *brand* makanan.
6. **Q6 (10 Positif, 0 Negatif):** Semua responden merasa informasi produk sangat informatif dan mudah dipahami.
7. **Q7 (10 Positif, 0 Negatif):** Semua responden merasa *website* meningkatkan kepercayaan mereka terhadap *brand*.
8. **Q8 (10 Positif, 0 Negatif):** Semua responden sangat tertarik untuk membeli produk setelah mengunjungi *website*.
9. **Q9 (0 Positif, 10 Negatif):** Semua responden memberikan saran atau masukan, yang dianggap sebagai umpan balik konstruktif.

Diagram ini memberikan gambaran yang jelas tentang persepsi pelanggan terhadap berbagai aspek *website* Dimsum Nafiadh. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, *website* ini sangat disukai dan memenuhi harapan pelanggan, meskipun ada beberapa area yang dapat ditingkatkan berdasarkan saran yang diberikan. Berikut hasil dan kesimpulan dari interpretasi data setiap pertanyaan dari Q1-Q9:

#### 1. Positif

- a. Sebagian besar responden memberikan umpan balik positif mengenai kemudahan navigasi, desain dan tampilan, serta informasi produk yang disajikan di *website*.
- b. Kepercayaan terhadap *brand* meningkat setelah mengunjungi *website*.
- c. Tingginya ketertarikan untuk membeli produk setelah melihat *website*.

#### 2. Negatif

- a. Beberapa saran dan masukan menunjukkan area yang masih bisa ditingkatkan seperti fitur *live chat*, *video* cara pembuatan, ulasan pelanggan, pemesanan langsung, pembayaran *online*, lebih banyak testimoni, lebih banyak foto produk, fitur pencarian produk, dan variasi produk.

#### 4.6.4 Analisa masalah atau kelemahan

Ketiadaan fitur *live chat* untuk pertanyaan langsung, ketiadaan *video* cara pembuatan dimsum, kurangnya ulasan dari pelanggan lain, tidak adanya fitur pemesanan langsung di *website*, tidak adanya opsi pembayaran *online*, keterbatasan jumlah testimoni pelanggan, kurangnya variasi foto produk, tidak adanya fitur pencarian produk, keterbatasan variasi produk yang ditampilkan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Proses pembuatan *website* promosi untuk Dimsum Nafiadh menggunakan CMS WordPress melibatkan beberapa tahap penting, yaitu perencanaan, desain, pengembangan, pengujian, dan peluncuran. Dalam perencanaan, ditentukan tujuan, target audiens, dan fitur yang diperlukan seperti melihat produk, pemesanan via WhatsApp, konten. Tahap desain mencakup pembuatan tampilan visual yang menarik dan *user friendly*. Pengembangan dilakukan dengan mengimplementasi desain ke dalam platform WordPress, termasuk integrasi fitur-fitur yang telah direncanakan. Pengujian dilakukan dengan metode *blackbox* untuk memastikan semua fungsi berjalan sesuai harapan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua fitur berfungsi dengan baik, sehingga *website* siap digunakan.

Penggunaan *website* berbasis WordPress terbukti efektif dalam meningkatkan *brand awareness* toko Dimsum Nafiadh. Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada pelanggan dan responden, banyak yang mengetahui tentang Dimsum Nafiadh melalui rekomendasi teman atau keluarga (*Word of Mouth*). Setelah mengunjungi *website*, 10 responden menilai bahwa tampilan dan desain *website* menarik dan profesional, navigasi mudah, serta informasi produk yang disajikan informatif dan mudah dipahami. Keseluruhan penilaian menunjukkan bahwa *website* meningkatkan kepercayaan terhadap brand dan minat untuk mencoba atau membeli produk. Dengan demikian, penggunaan *website* Wordpress telah memberikan pengaruh positif terhadap *brand awareness* Dimsum Nafiadh.

## 5.2 Saran

Penelitian ini berfokus pada pembuatan dan implementasi *website* promosi Dimsum Nafiadh, sehingga strategi pemasaran digital secara menyeluruh tidak dibahas. Pendekatan ini membatasi analisis pada implementasi teknis dan pengujian *website* tanpa mencakup strategi pemasaran yang lebih luas.

Ada beberapa saran yang dapat penulis berikan untuk pengembangan lebih lanjut, yaitu sebagai berikut:

1. Menambahkan fitur *live chat* agar dapat meningkatkan interaksi langsung antara pengunjung *website* dan tim pelayanan pelanggan, memungkinkan respon cepat terhadap pertanyaan dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen potensial.
2. Menambahkan fitur ulasan pelanggan agar dapat membantu dalam membangun kepercayaan dan memberikan bukti sosial yang positif kepada pengunjung potensial, serta memberikan umpan balik yang berharga untuk peningkatan produk dan layanan.
3. Menambahkan fitur pemesanan langsung melalui *website* agar dapat meningkatkan kenyamanan bagi konsumen yang ingin melakukan pembelian secara langsung tanpa harus menghubungi secara terpisah.
4. Menambahkan fitur pembayaran dengan menyediakan metode pembayaran *online* yang beragam dapat mempercepat proses transaksi.
5. Menambahkan konten video seperti demonstrasi produk atau testimoni pengguna agar dapat meningkatkan keterlibatan pengunjung dan membantu mereka untuk memahami *value* produk dengan lebih baik.
6. Penulis menyarankan agar kedepannya *website* ini bisa dikembangkan tidak hanya menggunakan WordPress tetapi juga menggunakan framework Laravel, CodeIgniter, dan Django sehingga dapat membantu para developer untuk membuat aplikasi web lebih cepat.
7. Penulis menyarankan agar kedepannya *website* ini bisa mengoptimalkan keamanan *website* dengan *Secure Sockets Layer* (SSL).

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Nurfadilah, "PERANCANGAN *WEBSITE COMPANY PROFILE* PADA UMKM ORAZIO MULTIUSAHA INDONESIA," 2022.
- [2] C. Wulandari, S. A. Rahayu, S. Pertiwi, H. Sandi and D. E. Hidayaty, "Penjualan Dengan Harga yang Terjangkau Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM Dimsum Senopati," *dkk.) Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, vol. 1, no. 5, 2023.
- [3] B. Fachri and R. Wahyu Surbakti, "PERANCANGAN SISTEM DAN DESAIN UNDANGAN DIGITAL MENGGUNAKAN METODE *WATERFALL* BERBASIS *WEBSITE* (STUDI KASUS: ASCO JAYA)," 2021.
- [4] L. Andraini and C. Bella, "PENGELOLAAN SURAT MENYURAT DENGAN SISTEM INFORMASI (STUDI KASUS: KELURAHAN GUNUNG TERANG)," 2021.
- [5] P. Marlina Ariansyah and K. Wijaya Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Prabumulih, "Rancang Bangun Sistem Informasi Akademik Berbasis *Web*: Studi Kasus: SD Negeri 18 Tanah Abang," 2021.
- [6] A. Ushud, I. Novita and N. Juliasari, "Pelatihan Pemanfaatan CMS Untuk Pembuatan *Website* Bagi OrangTua Siswa Sekolah Alam Tangerang," *JAM-TEKNO*, vol. 2 No. 1, pp. 20-25, 2021.
- [7] A. K. Nalendra, M. N. Fuad, M. Mujiono, D. Wahyudi and P. B. Utomo, "Pelatihan Pembuatan *Website Profile* untuk Peternak Ikan KOI Kota Blitar

- Berbasis Wordpress," *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 105-112, 6 2022.
- [8] A. Fahrezi, F. N. Salam, G. M. Ibrahim, R. R. Syaiful and A. Saifudin, "Pengujian *Black Box Testing* pada Aplikasi Inventori Barang Berbasis *Web* di PT. AINO Indonesia," 2022.
- [9] E. Listiyan and E. R. Subhiyakto, "Rancang Bangun Sistem Inventory Gudang Menggunakan Metode *Waterfall* (Studi Kasus Di CV. Aqualux Duspha Abadi Kudus Jawa Tengah)," 2021.
- [10] B. Priyatna, A. Lia Hananto, M. Nova, P. Studi Sistem Informasi and U. Buana Perjuangan Karawang, "*Application of UAT (User Acceptance Test) Evaluation Model in Minggon E-Meeting Software Development*," 2020.
- [11] A. Mardhiyya, A. Nur Fauzy and S. Sungkowati, "RANCANG BANGUN WEBSITE BERBASIS WORDPRESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIMSUM AMBYARRR," 2023.
- [12] S. Kesia, C. Aritonang, M. Setiawardani and T. D. Pramono, "*MAKING WEBSITE-BASED OF PROMOTIONAL MEDIA USING CMS WORDPRESS AT ELTABO COFFEE IN CIMAHI*," *Records Management System Journal (RMSJ)*, vol. 2, no. 1, pp. 1-5, 2023.
- [13] G. M. Rafsyanjani and A. Fauzi, "PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI BERBASIS WEBSITE DENGAN APLIKASI CMS WORDPRESS UNTUK MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PADA UMKM ANEKA BATIK PAMEKASAN," 2022.
- [14] P. Widyaningsih and I. Nofikasari, "Pemasaran Digital Berbasis CMS Wordpress Pada UMKM Shapro *Official* Wonogiri," vol. 15, no. 2, pp. 351-360, 2022.
- [15] A. H. Suasapha, "SKALA LIKERT UNTUK PENELITIAN PARIWISATA; BEBERAPA CATATAN UNTUK MENYUSUNNYA DENGAN BAIK," *JURNAL KEPARIWISATAAN*, vol. 19, no. 1, pp. 26-37, 3 2020.

- [16] K. Sada Harahap, . Sumartini and . Sthevany, "KAJIAN PENGENDALIAN MUTU PRODUK TUNA LOIN PRECOOKED FROZEN MENGGUNAKAN METODE SKALA LIKERT DI PERUSAHAAN PEMBEKUAN TUNA X *STUDY OF QUALITY CONTROL OF TUNA LOIN PRECOOKED FROZEN PRODUCTS USING THE LIKERT SCALE METHOD IN TUNA FREEZING COMPANY X*," 2020.
- [17] A. S. Nugroho and M. Mawardi, "Pengembangan Instrumen Penilaian Sikap Tanggungjawab dalam Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar," *Jurnal Basicedu*, vol. 5, no. 2, pp. 808-817, 3 2021.
- [18] E. Irani, "The Use of Videoconferencing for Qualitative Interviewing: Opportunities, Challenges, and Considerations," *Clinical Nursing Research*, vol. 28, no. 1, pp. 3-8, 1 2019.
- [19] A. Salam and S. Sukiman, "Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua," *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 11, no. 1, p. 69, 12 2021.
- [20] Yusanto Yudi, "Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif," 2019.
- [21] S. Tambun, R. R. Sitorus, R. R. Putra and K. A. Julito, "Pemanfaatan aplikasi NVivo 12 Plus untuk riset kualitatif di bidang akuntansi," *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, vol. 6, no. 2, pp. 359-372, 5 2023.

STT - NF

## LAMPIRAN

### SURAT KETERANGAN PERNYATAAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa,

Nama: Adhitya Rahman  
NIM: 0110120005  
Pekerjaan: Mahasiswa  
Hari/Tanggal: Rabu, 1 Juni 2024

Telah melakukan kegiatan wawancara langsung kepada pemilik usaha Dimsum Nafiadh untuk kepentingan pemerolehan data yang diperlukan untuk kegiatan Tugas Akhir dengan Judul "OPTIMALISASI PEMASARAN MELALUI PEMBUATAN SITUS WEB PROMOSI MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS: STUDI KASUS DIMSUM NAFIADH DI KOTA TANGERANG". Adapun hasil dari wawancara ini adalah sebagai berikut:

1. Menyetujui Hosting dan Domain beserta biaya yang akan dibebankan kepada peneliti sebesar Rp.397.000 (tiga ratus sembilan puluh tujuh ribu).
2. Menyetujui desain mockup setelah mendapatkan saran dan perbaikan oleh pemilik Cookiescava yang akan digunakan untuk keperluan penelitian.
3. Sebagai bukti bahwa wawancara kepada pemilik usaha Dimsum Nafiadh telah dilaksanakan.

Demikian prnyataan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 1 Juni 2024

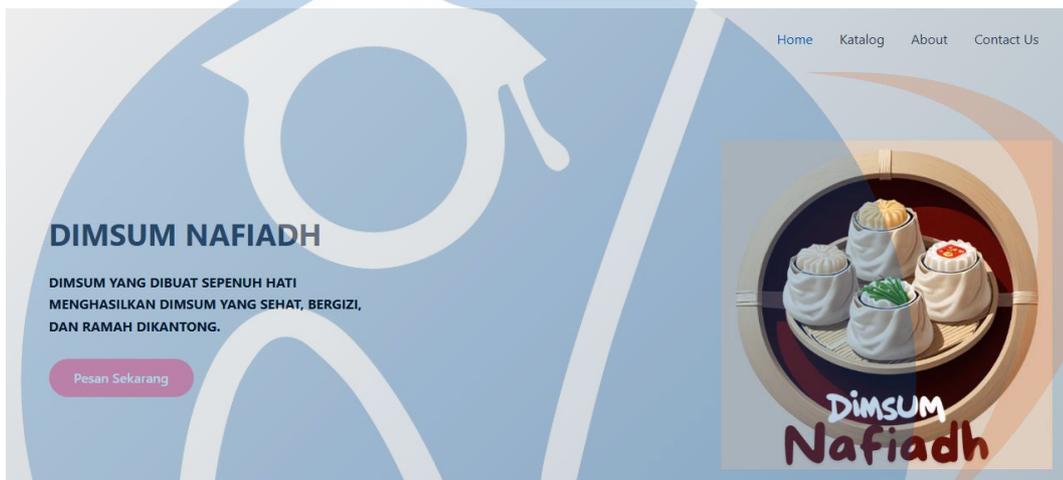


Adhitya Rahman  
Peneliti



Endah Widuri  
Pemilik Usaha Dimsum Nafiadh

Lampiran Gambar. 1 Surat pernyataan wawancara



Lampiran Gambar. 2 Halaman *Home*

Katalog



Dimsum Topping Jamur  
Rp.25.000.- 1pcs@25dimsum



Dimsum Topping Wortel  
Rp.25.000.- 1pcs@25dimsum



Dimsum Topping Mix  
Rp.25.000.- 1pcs@25dimsum

Lampiran Gambar. 3 Halaman Katalog



Lampiran Gambar. 4 Halaman *About*



Lampiran Gambar. 5 Halaman *Contact Us*



Lampiran Gambar. 6 Visualisai *Word Cloud*

Lampiran Tabel. 1 Tabel Biodata

Nama	Umur	Alamat
------	------	--------

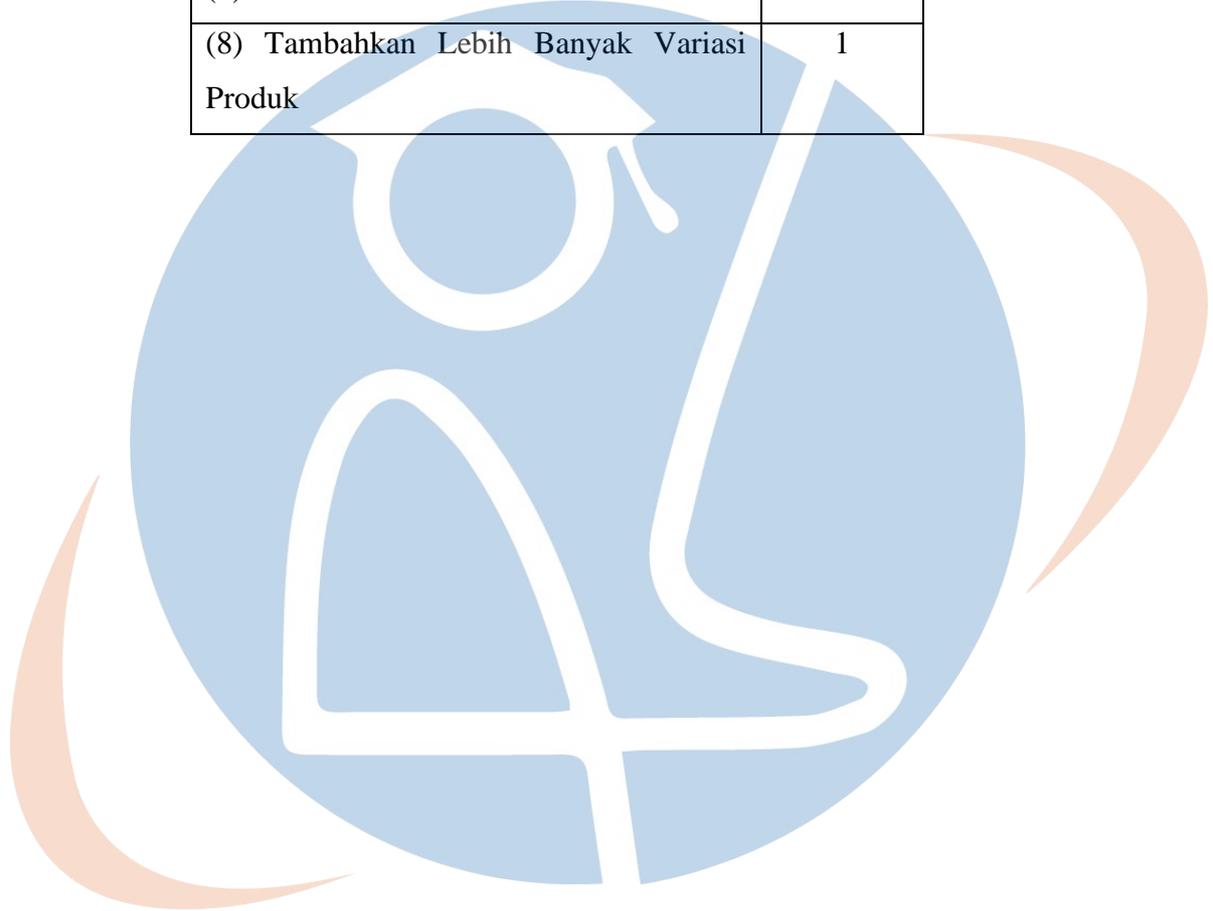
B S	33	Tangerang.
D L	29	Tangerang.
E P	35	Tangerang.
F P	37	Tangerang.
H W	43	Tangerang.
I P	22	Depok.
J S	25	Bogor.
L M	21	Depok.
R H	31	Depok.
S N	23	Depok.

Lampiran Tabel. 2 Hasil Pengkodean Nvivo

Nama	Jumlah responden
(Q1) Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Dimsum Nafiadh?.	
(1) Teman	6
(2) Tetangga	2
(3) Keluarga	1
(4) Peneliti	1
(Q2) Apa yang Anda ketahui tentang Dimsum Nafiadh sebelum mengunjungi <i>website</i> kami?.	
(1) Kualitas	4
(2) Populer	1
(3) Tidak Tahu	5
(Q3) Apa kesan pertama Anda saat mengunjungi <i>website</i> Dimsum Nafiadh?.	
(1) Menarik Dan Mudah Digunakan	6
(2) <i>User-Friendly</i> Dan Informatif	4
(Q4) Menurut Anda, seberapa mudah navigasi dan menemukan informasi di <i>website</i> Dimsum Nafiadh?.	

(1) Navigasi Dan Informasi Mudah	10
(Q5) Apakah desain dan tampilan <i>website</i> Dimsum Nafiadh sesuai dengan ekspektasi Anda terhadap sebuah <i>brand</i> makanan? Mengapa atau mengapa tidak?.	
(1) Ya, Desain dan tampilan sesuai	10
(Q6) Bagaimana Anda menilai informasi produk yang disajikan di <i>website</i> Dimsum Nafiadh? Apakah informatif dan mudah dipahami? Jelaskan.	
(1) Sangat Informatif Dan Mudah Dipahami	5
(2) Cukup Informatif Dan Mudah Dipahami	5
(Q7) Apakah Anda merasa <i>website</i> Dimsum Nafiadh meningkatkan kepercayaan Anda terhadap <i>brand</i> ini? Jelaskan alasan Anda.	
(1) Ya, <i>website</i> ini meningkatkan kepercayaan saya	10
(Q8) Sejauh mana Anda merasa tertarik untuk mencoba atau membeli produk Dimsum Nafiadh setelah mengunjungi <i>website</i> kami? Jelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Anda.	
(1) Sangat Tertarik	5
(2) Cukup Tertarik	5
(Q9) Apakah ada saran atau masukan yang Anda ingin sampaikan untuk meningkatkan kualitas <i>website</i> Dimsum Nafiadh?.	
(1) Fitur <i>Live Chat</i>	1
(2) Fitur <i>Video</i>	1
(3) Fitur Ulasan Pelanggan	2

(4) Fitur Pemesanan Langsung	1
(5) Fitur Opsi Pembayaran <i>Online</i>	1
(6) Tambahkan Lebih Banyak Foto Produk	2
(7) Fitur Pencarian Produk	1
(8) Tambahkan Lebih Banyak Variasi Produk	1



STT - NF