Journal of Digital Business and Technology Innovation (DBESTI)

https://journal.nurulfikri.ac.id/index.php/DBESTI
P-ISSN: 3047-1028 E-ISSN: 3032-775X

EFEKTIVITAS RANCANGAN WEBSITE BLOGSPOT SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL PADA FARM LOBSTER HIAS SETIAWAN

Faisal Akhdan Alam Barita Tambunan[1], Suhendi[2]

[1,2] Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri
Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia 12640
faisalakhdan50@gmail.com, suhendi@nurulfikri.ac.id

Abstract

This research aims to design and implement an effective digital promotional platform and provide MSME Farm Lobster Hias Setiawan with easier access to information through the Blogspot platform. Farm Lobster Hias Setiawan, which began as a hobby in 2017 and has since grown into a small business, faces promotional challenges and limited information delivery through traditional methods and social media. This research employs a descriptive qualitative approach and uses the waterfall website development method, which includes the stages of analysis, design, implementation, testing, and maintenance. Data were collected through interviews with the business owner and several customers to understand their needs, experiences, and perceptions of the website, and were analyzed using NVivo. The results indicate that the developed website successfully presents product information in a more structured manner, facilitates easier navigation, and offers an attractive user interface. However, the evaluation also revealed the need for additional features such as product search, a shopping cart, live chat, and improved visual design. Based on these findings, the Blogspot-based website is an effective and informative digital promotional tool for MSMEs like Farm Lobster Hias Setiawan.

Keywords: *Blogspot, Digital Promotion, MSME, Ornamental Lobster, Website*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan media promosi digital yang efektif serta menyediakan akses informasi yang lebih mudah bagi UMKM Farm Lobster Hias Setiawan melalui platform Blogspot. Farm Lobster Hias Setiawan, yang dimulai dari hobi pada tahun 2017 dan telah berkembang menjadi usaha kecil, menghadapi kendala promosi dan penyediaan informasi yang terbatas melalui metode tradisional dan media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan metode pengembangan *website waterfall* yang terdiri dari tahapan analisis, perancangan, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pemilik usaha dan beberapa pelanggan untuk memahami kebutuhan, pengalaman, serta persepsi mereka terhadap *website* yang dianalisis menggunakan NVivo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* yang dibangun mampu menyajikan informasi produk secara lebih terstruktur, memudahkan navigasi, serta memberikan tampilan yang menarik bagi pengunjung. Meskipun demikian, evaluasi juga menunjukkan adanya kebutuhan fitur-fitur tambahan seperti pencarian produk, keranjang belanja, *live chat*, serta peningkatan kualitas desain visual. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *website* berbasis Blogspot efektif dan informatif sebagai media promosi digital untuk UMKM seperti Farm Lobster Hias Setiawan.

Kata kunci: Blogspot, Lobster Hias, Promosi Digital, UMKM, *Website*

1. PENDAHULUAN

Farm Lobster Hias Setiawan adalah usaha peternakan yang telah berdiri sejak tahun 2017 yang bergerak pada bidang peternakan khususnya hewan lobster hias yang dirintis oleh seorang pebisnis lobster hias di daerah Tugu Bambu Mustika Jaya, Kota Bekasi yang bernama Muhammad Arif Setiawan. Peternakan ini awalnya dibangun sebagai wadah untuk menyalurkan hobi memelihara hewan air tawar, khususnya lobster hias. Dengan memanfaatkan lahan kosong di belakang rumahnya, Arif mengubahnya menjadi 11 kolam budidaya yang hingga kini telah menghasilkan berbagai jenis lobster hias air tawar berkualitas. Karena perawatannya yang mudah serta kualitas warna dari lobster dan harganya yang relatif terjangkau, penjualan lobster hias air tawar yang dirintis oleh beliau kini sudah menyuplai ke berbagai tempat pasaran lokal maupun luar negeri.

Diterima 13 Juli 2025, Direvisi 24 November 2026, Diterima untuk publikasi 24 November 2026

Lobster merupakan jenis udang yang mempunyai habitat hidup pada air asin dan air tawar. Lobster juga memiliki nilai jual yang tinggi [1]. Budidaya lobster hias merupakan salah satu industri dengan pertumbuhan yang pesat di Indonesia. Fenomena pesatnya pertumbuhan usaha lobster hias ini, membuat permintaan pasar yang terus meningkat, baik untuk konsumsi maupun sebagai hewan hias akuarium yang juga mendorong semakin banyaknya pelaku budidaya lobster di Indonesia. Lobster air tawar juga dikenal lebih tahan terhadap penyakit dan kondisi lingkungan yang kurang ideal, serta mudah dalam hal pemberian pakan, sehingga semakin diminati oleh peternak dan penghobi.

Berkembangnya budidaya lobster hias tidak lepas dari tingginya permintaan pasar terutama dalam negeri. Pada awalnya lobster air tawar dibudidayakan untuk konsumsi, namun belakangan ini lobster air tawar mulai dimanfaatkan sebagai hiasan yang diletakkan di dalam akuarium. Lobster lebih unggul dibandingkan udang windu dan udang galah bila dilihat dari ketahanan terhadap penyakit dan kemampuan bertahan hidup dalam kondisi air yang keruh [2]. Sumber pakan lobster hias juga tergolong cukup mudah karena termasuk dalam kategori hewan omnivora.

Seiring berkembangnya industri lobster hias, Farm Lobster Hias Setiawan menghadapi tantangan dalam menyampaikan informasi bisnis dan produk secara efektif karena keterbatasan media promosi. Kondisi ini berdampak pada terbatasnya jangkauan pemasaran dan kurang optimalnya komunikasi dengan pelanggan serta mitra usaha. Di era digital saat ini, pemasaran digital melalui media seperti *website* menjadi solusi efektif untuk menyampaikan informasi secara luas dan terstruktur melalui internet yang dapat diakses dari berbagai tempat dan segala waktu selama terhubung ke internet [3]. Platform Blogspot menjadi pilihan tepat karena praktis, gratis, dan tidak memerlukan keahlian teknis mendalam, sehingga cocok untuk pelaku usaha kecil seperti Farm Lobster Hias Setiawan.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi langsung terhadap kegiatan operasional Farm Lobster Hias Setiawan serta wawancara kepada pemilik *farm* dan pelanggan/calon pelanggan. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan pengguna terhadap *website* yang dikembangkan, guna meningkatkan efektivitas promosi dan daya saing usaha melalui media digital.

Penelitian ini relevan dengan studi sebelumnya [4] mengenai implementasi *website* profil sekolah sebagai media promosi berbasis *open source*. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu fokus pada pengembangan *website* usaha mikro menggunakan platform Blogspot. Oleh karena itu, penelitian ini dirumuskan dalam dua permasalahan utama: bagaimana proses perancangan dan implementasi media promosi digital berbasis Blogspot untuk Farm Lobster Hias Setiawan; dan seberapa efektif media promosi digital berbasis Blogspot dalam meningkatkan promosi dan kemudahan akses informasi mengenai Farm Lobster Hias Setiawan.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk merancang dan mengimplementasikan media promosi digital berbasis Blogspot yang sesuai dengan kebutuhan Farm Lobster Hias Setiawan, serta menganalisis efektivitas penggunaan *website* tersebut dalam meningkatkan visibilitas usaha dan kemudahan akses informasi. Penelitian ini memberikan manfaat dalam mempermudah penyampaian informasi profil bisnis, produk, dan layanan secara terstruktur; dapat menjadi referensi dalam bidang teknologi informasi dan budidaya lobster; serta berkontribusi sebagai studi kasus relevan terkait penerapan teknologi informasi sederhana dalam UMKM budidaya lobster hias air tawar. Penelitian ini hanya terfokus pada penggunaan platform Blogspot sebagai media promosi digital dan penyampaian informasi, dengan konten yang disajikan berfokus pada lobster hias air tawar beserta kebutuhan pendukungnya.

Hasilnya diharapkan dapat menjadi media promosi yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta menyajikan informasi usaha secara praktis dan mudah diakses bagi Farm Lobster Hias Setiawan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode pengumpulan data, instrumen penelitian, dan metode pengujian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis proses perancangan dan implementasi media promosi digital berbasis *website* secara nyata, realistis, aktual dan secara langsung menggunakan platform Blogspot pada usaha Farm Lobster Hias Setiawan [5].

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui beberapa pendekatan, yaitu: studi literatur terkait teori yang relevan, wawancara secara semi-terstruktur yang dilakukan dengan beberapa pelanggan/calon pelanggan dan pemilik Farm Lobster Hias Setiawan untuk memperoleh informasi lebih dalam, observasi langsung di lokasi usaha Farm Lobster Hias Setiawan untuk memahami operasional dan cara penyampaian informasi yang sedang berjalan, serta melakukan dokumentasi untuk mengumpulkan dokumen terkait seperti foto aktivitas usaha, dan katalog produk yang digunakan sebagai data pendukung.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Data diperoleh melalui observasi langsung terhadap proses operasional dan promosi yang berjalan Farm Lobster Hias Setiawan dan wawancara mendalam dengan pemilik *farm* serta beberapa pelanggan yang dianalisis dengan menggunakan *tools* NVivo untuk mencari pola jawaban yang akan dijelaskan secara deskriptif.

Dalam penelitian ini, proses pengembangan *website* menggunakan metode *Waterfall*. Metode ini dinilai cocok karena alur pengerjaan *website* yang bersifat terstruktur dan memiliki kebutuhan yang jelas sejak awal [6]. *Website* kemudian akan diuji melalui beberapa metode pengujian. Metode pengujian dalam penelitian ini yaitu:

a. Pengujian Fungsionalitas (*Black Box Testing*): Untuk memastikan bahwa seluruh fungsi utama pada *website* berjalan sesuai dengan yang diharapkan dari sisi pengguna [7].

b. Observasi dan Wawancara Pengguna: Untuk mengumpulkan umpan balik langsung dari pengguna terkait pengalaman mereka saat mengakses dan menggunakan *website*.

c. Pengujian SEO *(Search Engine Optimization)*: Untuk mengevaluasi sejauh mana *website* dapat ditemukan dan terindeks oleh mesin pencari seperti Google dengan mengoptimalkan konten, penggunaan kata kunci yang relevan, dan struktur HTML yang baik pada halaman *website* [8].

d. Pengujian Google Analytics: Untuk memverifikasi bahwa Google Analytics telah terpasang dengan benar pada *website* dan dapat merekam aktivitas pengguna seperti jumlah kunjungan, perilaku pengguna, durasi kunjungan, serta sumber trafik [9].

e. Pengujian PageSpeed Insights: Untuk mengukur performa kecepatan *website*, mengidentifikasi masalah yang mempengaruhi waktu muat halaman, serta memberikan rekomendasi untuk optimasi kecepatan dan pengalaman pengguna [10].

Pengujian wawancara dilakukan terhadap responden yang telah berinteraksi dan menguji *website*, yang terdiri dari 10 responden dibagi menjadi 9 pelanggan dan 1 pemilik *farm*. Tabel 1 berikut berisi data demografi responden:

Tabel 1. Demografi Narasumber

Profil Narasumber					
Kode	**Usia**	**Jenis Kelamin**	**Domisili**	**Pekerjaan**	**Status**
CS1	22	L	Bekasi	Karyawan Swasta	Belum Menikah
CS2	22	P	Depok	Mahasiswa	Belum Menikah
CS3	22	L	Bekasi	Mahasiswa	Belum Menikah
CS4	27	L	Bekasi	Karyawan Swasta	Belum Menikah
CS5	24	P	Bekasi	Mahasiswa	Belum Menikah
CS6	23	P	Bekasi	Karyawan Swasta	Belum Menikah
CS7	23	P	Bekasi	Karyawan Swasta	Belum Menikah
CS8	23	P	Bekasi	Tenaga Pelayanan Gizi	Belum Menikah
CS9	22	P	Depok	Mahasiswa	Belum Menikah
LS1	28	L	Bekasi	Pemilik Farm Lobster Hias Setiawan	Belum Menikah

2.2 Tahapan penelitian

Gambar 1 berikut adalah gambaran diagram alir dan penjelasan tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tahapan metode:

a. Identifikasi Masalah: Melakukan identifikasi masalah yang terdapat pada operasional dan promosi Farm

Lobster Hias Setiawan.

b. Studi Literatur: Mengumpulkan informasi dari literatur terkait teori-teori pengembangan media promosi berbasis *website* dan penggunaan Blogspot dalam industri perikanan.

c. Analisis Kebutuhan: Melakukan wawancara untuk mengetahui komponen-komponen informasi dan fitur yang perlu disediakan dalam media digital (*website*) agar mampu memenuhi tujuan sebagai sarana informasi dan promosi secara efektif.

d. Perancangan *Website*: Membuat desain perancangan *website* antarmuka pengguna yang responsif untuk menciptakan media informasi digital yang dapat membantu *farm* dalam menyampaikan informasi dan melakukan promosi secara lebih efektif kepada masyarakat luas.

e. Implementasi *Website*: Melakukan pengembangan untuk mewujudkan desain yang sudah dirancang menjadi suatu *website* yang dapat menjadi media promosi digital.

f. Pengujian: Melakukan pengujian terhadap *website* untuk memastikan bahwa seluruh fungsi dan tampilan dari *website* yang telah dirancang dan diimplementasikan berjalan sesuai harapan serta memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna.

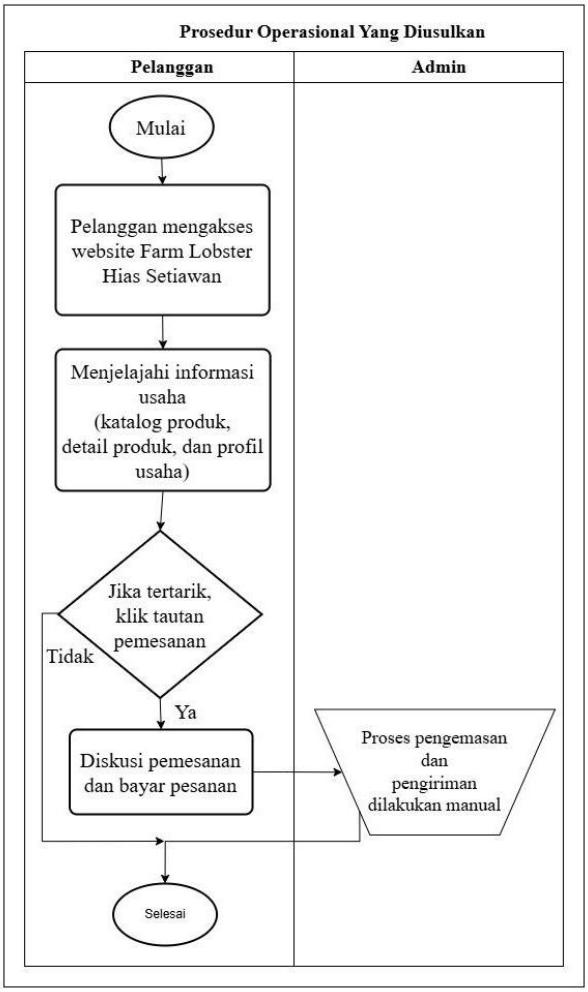
g. Evaluasi: Dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk mengukur efektivitas platform tersebut dalam menyampaikan informasi dan mempromosikan produk lobster hias kepada khalayak luas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap ini berisikan rancangan dan hasil antarmuka (*interface*) dari perangkat lunak yang dibuat berdasarkan rancangan yang telah dilakukan.

3.1 *Flowchart*

Berikut merupakan gambar dari *flowchart* yang diusulkan dalam penelitian ini:



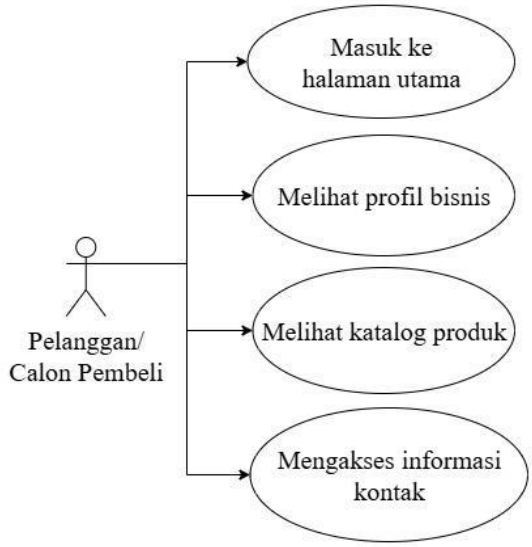
Gambar 2. Prosedur Operasional yang Diusulkan

Gambar 2 merupakan *flowchart* rancangan sistem operasional yang diusulkan, yang di mana *website* diharapkan dapat memuat katalog produk dengan deskripsi dan harga yang jelas, profil bisnis yang informatif, testimoni pelanggan, serta informasi kontak dan layanan konsultasi. Dari sisi tampilan, pemilik menginginkan desain visual yang menarik dengan dominasi warna biru gelap dan oranye sebagai ciri khas *brand*. Selain itu, kemudahan dalam pengelolaan konten menjadi prioritas agar informasi dapat diperbarui secara berkala tanpa kesulitan teknis.

Pada tahap awal pembuatan *website*, pemilik *farm* memfokuskan *website* yang menampilkan informasi dasar dan kontak terkait Farm Lobster Hias Setiawan. Jika *website* yang telah dibuat memberikan dampak yang positif dan signifikan, pemilik mengharapkan sebuah perubahan *website* dengan menambahkan fitur pemesanan langsung secara *online* di masa mendatang Keterbatasan jangkauan promosi melalui media sosial saat ini mendorong kebutuhan akan *website* yang dapat memperluas akses informasi, meningkatkan profesionalitas usaha, serta memudahkan integrasi dengan platform lain seperti media sosial dan *marketplace*.

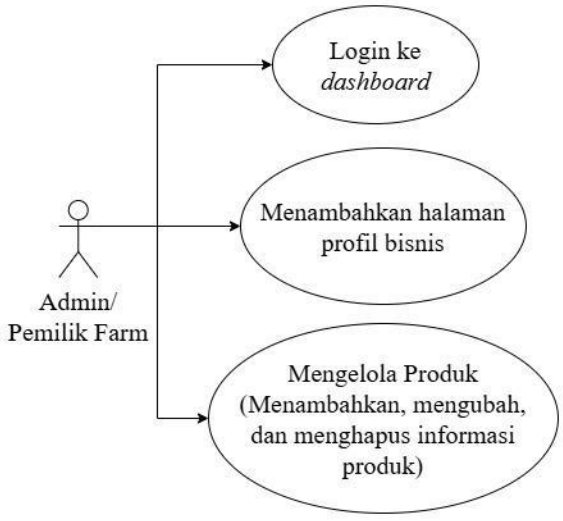
3.2 *Use Case Diagram*

Berikut merupakan gambar dari *use case diagram* masing-masing aktor/pengguna dalam *website* ini:



Gambar 3. *Use Case Diagram* Pelanggan

Pada Gambar 3 merupakan *use case* diagram pelanggan, pada aktor pelanggan dapat melihat halaman utama *website*, melihat halaman profil bisnis agar mendapatkan informasi mendalam tentang *farm*, melihat katalog produk dan informasi produk yang tersedia secara detail, dan mengakses informasi kontak untuk melakukan pemesanan produk. Adapun, *use case* diagram Admin dapat dilihat pada gambar berikut ini:

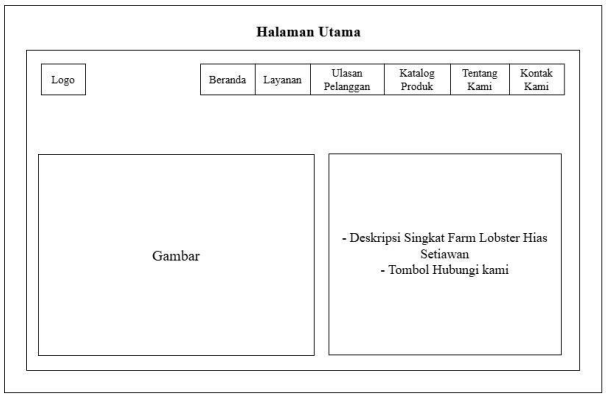


Gambar 4. *Use Case Diagram* Admin

Pada Gambar 4 merupakan *use case* diagram admin, pada aktor admin dapat melakukan *login* ke dalam *dashboard website* untuk mengelola *website* secara keseluruhan, menambahkan halaman profil bisnis agar terlihat lebih profesional, dan mengelola produk seperti: menambahkan, mengubah, dan menghapus produk.

3.3 *User Interface*

Berikut merupakan gambar dari rancangan *website* Farm Lobster Hias Setiawan:



Gambar 5. Rancangan Halaman Utama *Website* Farm Lobster Hias Setiawan

Pada Gambar 5 dirancang dengan tampilan yang menarik dan informatif saat mengakses *website* Lobster Hias Setiawan. Menampilkan bagian *header* yang menampilkan logo Farm Lobster Hias Setiawan dan navigasi utama. Di bawahnya, terdapat bagian deskripsi singkat mengenai Farm Lobster Hias Setiawan, tombol informasi kontak. Halaman ini bertujuan memberikan gambaran singkat sekaligus mengarahkan Pengguna ke bagian penting lainnya di *website* seperti: memberikan gambaran sekilas tentang produk yang ada, informasi kontak yang jelas dan mudah diakses, memastikan Pengguna dapat dengan cepat menghubungi Farm Lobster Hias Setiawan.

3.4 Tampilan *Website*

Berikut merupakan gambar dari hasil implementasi *website* Farm Lobster Hias Setiawan:

a. Halaman Utama

Berikut merupakan gambar halaman beranda/utama *website* Farm Lobster Hias Setiawan:



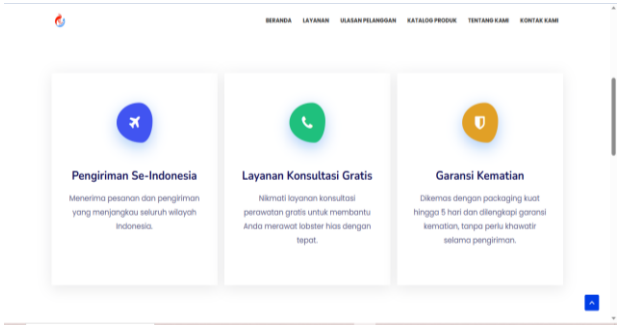
Gambar 6. Halaman Beranda *Website* Farm Lobster Hias Setiawan

Pada Gambar 6 berfungsi sebagai tampilan utama yang menampilkan tampilan awal *website* Farm Lobster Hias Setiawan. Pada halaman ini, pengguna dapat langsung melihat informasi singkat mengenai *farm*, serta navigasi

lainnya seperti katalog produk, layanan, ulasan pelanggan, dan kontak *farm*. Halaman ini didesain untuk memberikan kesan pertama yang menarik dan informatif, dengan menampilkan logo dan nama yang jelas serta deskripsi singkat yang bertujuan untuk menarik minat Calon Pelanggan. Navigasi yang mudah diakses untuk mengarahkan pengguna ke berbagai bagian informasi penting lainnya dalam *website*.

b. Halaman Layanan

Berikut merupakan gambar halaman layanan *website* Farm Lobster Hias Setiawan:

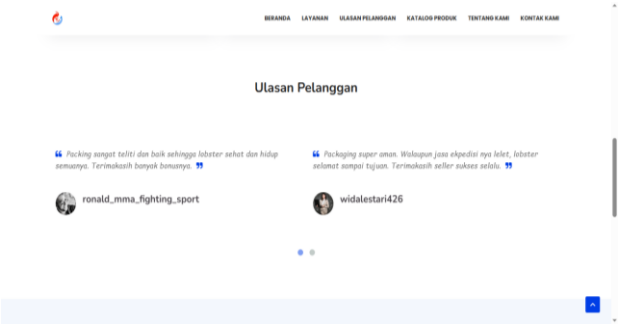


Gambar 7. Halaman Layanan Farm Lobster Hias Setiawan

Pada Gambar 7 merupakan tampilan halaman layanan pada *website* Farm Lobster Hias Setiawan yang menampilkan berbagai layanan yang ditawarkan oleh Farm Lobster Hias Setiawan. Setiap layanan dijelaskan secara ringkas disertai ikon atau gambar pendukung untuk memudahkan pemahaman pengunjung. Tujuan dari halaman ini agar pelanggan dapat mengetahui layanan apa saja yang bisa dimanfaatkan sesuai kebutuhan mereka.

c. Halaman Ulasan Pelanggan

Berikut merupakan gambar halaman ulasan pelanggan *website* Farm Lobster Hias Setiawan:

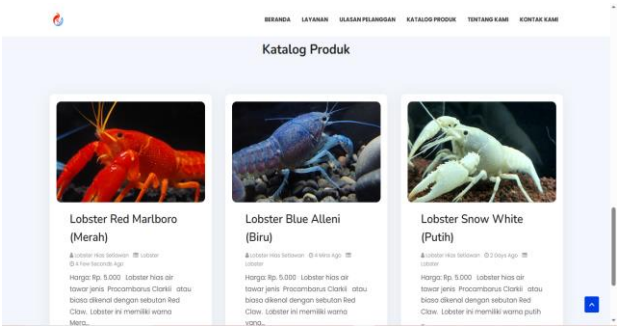


Gambar 8. Halaman Ulasan Pelanggan Farm Lobster Hias Setiawan

Pada Gambar 8 merupakan tampilan dari halaman ulasan pelanggan berisi testimoni dari konsumen yang pernah membeli produk Farm Lobster Hias Setiawan. Ulasan ditampilkan dalam bentuk kutipan yang dilengkapi dengan nama pelanggan dan tanggapan mereka mengenai Farm Lobster Hias Setiawan. Tujuan dari halaman ini diharapkan dapat membangun kepercayaan calon pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan *farm* melalui testimoni pengalaman positif dari pelanggan sebelumnya.

d. Halaman Katalog Produk

Berikut merupakan gambar halaman katalog produk *website* Farm Lobster Hias Setiawan:

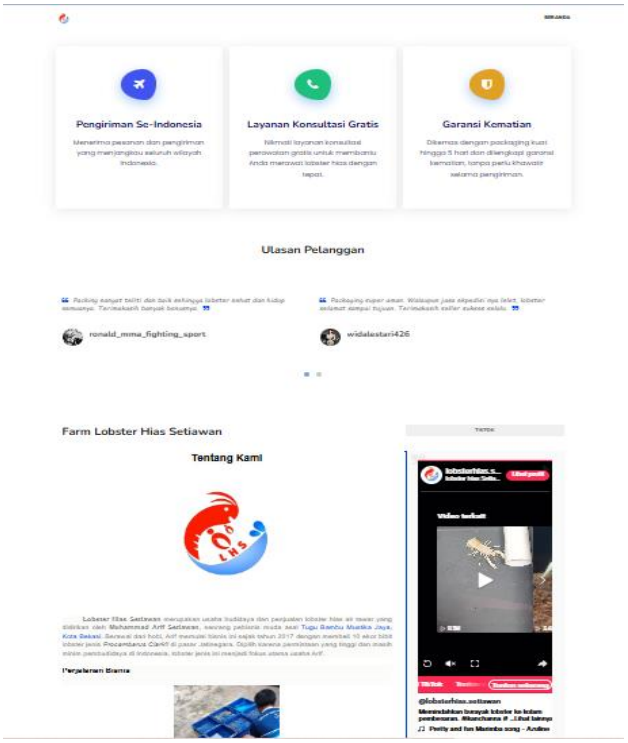


Gambar 9. Halaman Katalog Produk Farm Lobster Hias Setiawan

Pada Gambar 9 merupakan hasil dari implementasi halaman katalog produk yang menampilkan berbagai jenis lobster hias air tawar yang ditawarkan oleh Farm Lobster Hias Setiawan. Setiap produk ditampilkan dengan dilengkapi visualisasi gambar berkualitas tinggi untuk memberikan gambaran yang jelas kepada calon pelanggan. Informasi seperti nama jenis lobster dan ringkasan deskripsi dicantumkan secara ringkas, sehingga memudahkan pengunjung dalam melihat pilihan yang tersedia.

e. Halaman Profil Bisnis

Berikut merupakan halaman profil bisnis *website* Farm Lobster Hias Setiawan:

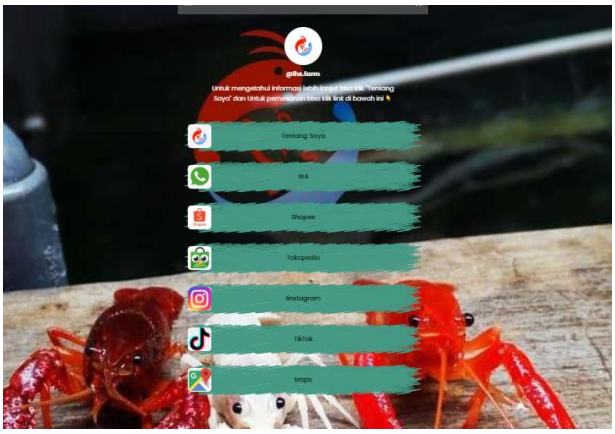


Gambar 10. Halaman Profil Bisnis Farm Lobster Hias Setiawan

Pada Gambar 10 merupakan hasil visualisasi implementasi halaman profil bisnis yang bertujuan untuk memberikan informasi mendalam mengenai Farm Lobster Hias Setiawan. Ditampilkan informasi mengenai latar belakang berdirinya farm, visi dan misi, serta harapan ke depannya bisnis ini berjalan. Penyajian informasi yang terstruktur bertujuan untuk membangun citra profesional dan kepercayaan dengan pelanggan. Selain teks, ditambahkan juga beberapa foto dokumentasi kegiatan usaha untuk memperkuat keaslian cerita bisnis.

f. Halaman Kontak

Berikut merupakan halaman kontak *website* Farm Lobster Hias Setiawan:

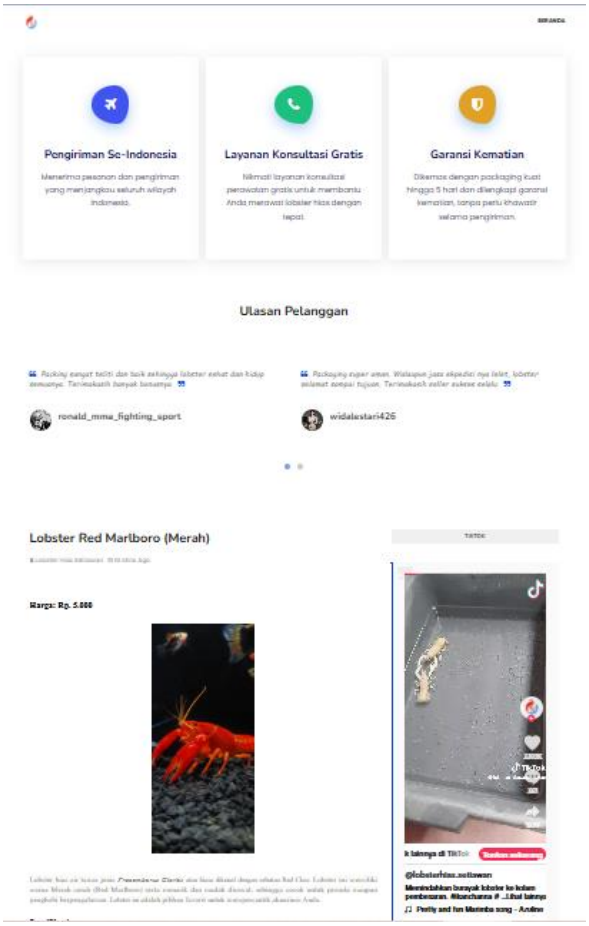


Gambar 11. Halaman Kontak Farm Lobster Hias Setiawan

Pada Gambar 11 merupakan implementasi halaman kontak kami yang menyediakan berbagai pilihan yang dapat digunakan oleh calon pelanggan untuk berinteraksi dengan Farm Lobster Hias Setiawan. Informasi kontak yang ditampilkan meliputi tautan langsung ke WhatsApp, tautan langsung ke Shopee, dan juga tautan langsung ke Tokopedia. Hal ini bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat proses komunikasi antara farm dan calon pelanggan. Desain yang digunakan bersifat minimalis untuk memastikan bahwa calon pelanggan dapat menghubungi pihak *farm* dengan mudah dan cepat.

g. Halaman Detail Produk

Berikut merupakan halaman detail produk *website* Farm Lobster Hias Setiawan:



Gambar 12. Halaman Detail Produk Farm Lobster Hias Setiawan

Pada Gambar 12 merupakan hasil implementasi halaman detail produk yang menyajikan informasi yang lebih mendalam mengenai satu jenis lobster hias tertentu dilengkapi dengan gambar satu jenis lobster hias. Halaman ini memuat deskripsi lengkap mengenai warna, ukuran, serta informasi penting terkait perawatan. Informasi harga per ekor atau per paket juga dicantumkan secara jelas. Halaman ini juga menyediakan tombol pemesanan atau kontak langsung, sehingga memudahkan pelanggan yang tertarik untuk melakukan pembelian produk.

3.5 Pengujian Black Box Testing (Manual)

Pengujian ini dilakukan dengan metode *Black Box Testing* secara manual untuk memastikan setiap fungsi utama dari *website* bekerja sebagaimana mestinya, tanpa melihat kode program di baliknya dengan mengakses *link* (https://lobsterhiassetiawan.blogspot.com/). Hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Pengujian *Black Box* Manual

No.	Pengujian	Deskripsi	Hasil
		Admin	
1.	Admin dapat melakukan *login*	Mengisi form *login* dan akan diarahkan ke	Berhasil

No.	Pengujian	Deskripsi	Hasil
	ke halaman *dashboard* Administrator	*dashboard* Administrator	
2.	Admin dapat menambahkan produk baru	Mengisi form tambah postingan produk dengan informasi lengkap (nama, deskripsi, harga, gambar, dan label)	Berhasil
3.	Admin dapat mengedit produk yang sudah ada	Mengubah informasi produk yang sudah ditambahkan	Berhasil
4.	Admin dapat menghapus produk yang sudah tidak tersedia	Menghapus postingan produk dari katalog produk	Berhasil
5.	Admin dapat menambahkan halaman profil bisnis (Tentang Kami)	Mengisi form tambah halaman dengan informasi lengkap profil bisnis (deskripsi dan gambar)	Berhasil
6.	Admin dapat *logout* dari halaman *dashboard* Administrator	Mengklik tombol *logout* dan diarahkan kembali ke halaman *login* Blogger atau halaman utama Google	Berhasil
		Pengguna	
7.	Navigasi Menu Utama	Menu dapat diklik dan berpindah ke halaman yang sesuai	Berhasil
8.	Halaman Profil Usaha (Tentang Kami)	Informasi tampil lengkap dan rapi	Berhasil
9.	Detail Produk	Gambar dan deskripsi produk tampil dengan baik	Berhasil
10.	Tautan Kontak	Mengarahkan ke tautan lengkap yang ada	Berhasil

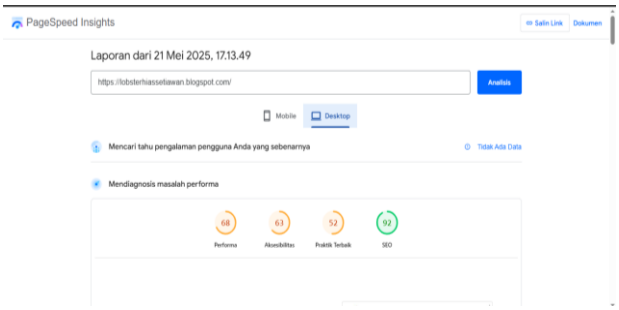
Pengujian *Black Box Testing* terdiri dari 11 skenario yang digunakan dalam evaluasi yang terbagi menjadi 6 skenario untuk Admin dan 5 skenario untuk Pengguna. Hasil menunjukkan bahwa seluruh fitur utama pada *website* dapat digunakan dengan baik dan tidak ditemukan *error* dalam pengujian manual ini. Dari seluruh pengujian yang dilakukan, sebanyak 11 skenario berhasil dijalankan dan tidak ada pengujian yang gagal. Persentase keberhasilan dapat dihitung sebagai berikut:

a. Berhasil : (11/11) x 100% = 100%

b. Tidak Berhasil : (0/0) x 100% = 0%

3.6 Pengujian SEO dan PageSpeed Insights

SEO On-Page dilakukan untuk memastikan bahwa *website* telah dioptimalkan dari sisi struktur konten dan elemen teknis agar mudah terindeks oleh mesin pencari seperti Google. PageSpeed Insight untuk melihat performa *website*, dan kecepatan halaman, baik digunakan melalui perangkat *desktop* maupun seluler. Berikut hasil pengujian yang dilakukan menggunakan PageSpeed Insights:

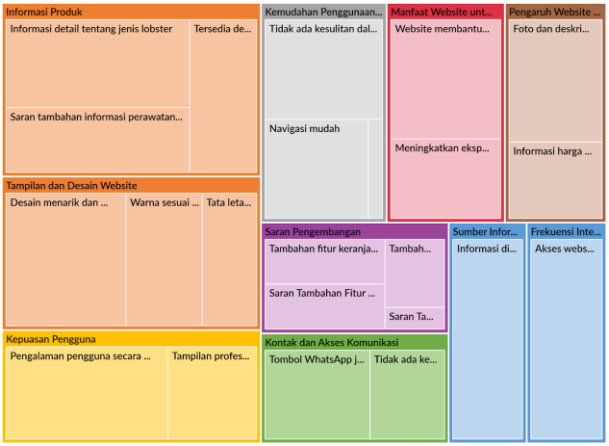


Gambar 13. Hierarki Keseluruhan Wawancara Narasumber

Berdasarkan Gambar 13, skor performa yang didapatkan oleh *website* Farm Lobster Hias Setiawan yaitu 68 yang artinya *website* memiliki kecepatan yang cukup, namun perlu dioptimalkan lebih lanjut untuk mencapai performa yang baik. Skor aksesibilitas menunjukkan angka 63 yang artinya *website* masih bisa diakses dengan baik oleh sebagian pelanggan, tetapi ada bagian yang perlu diperbaiki. Skor praktik terbaik yang didapat yaitu 63 yang artinya *website* cukup baik mengikuti pedoman umum untuk performa, keamanan, dan keandalan. Sedangkan skor SEO yang didapat yaitu 92, yang artinya *website* sangat baik dalam penulisan konten yang membantu untuk menaikkan peringkat *website* pada mesin pencarian Google. *Website* juga berhasil terindeks atau ter-*crawling* pada urutan ke-7 pada halaman Google dengan kata kunci pencarian "Lobster Hias Setiawan".

3.7 Pengujian Wawancara Pelanggan

Selain itu, dilakukan wawancara terhadap responden yang telah berinteraksi dan menguji *website* untuk mengevaluasi apakah sistem telah sesuai dengan kebutuhan pengguna dengan mengakses *link* https://lobsterhiassetiawan.blogspot.com. Tahap ini dilakukan dengan 10 responden dibagi menjadi 9 pelanggan dan 1 pemilik *farm*. Hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:



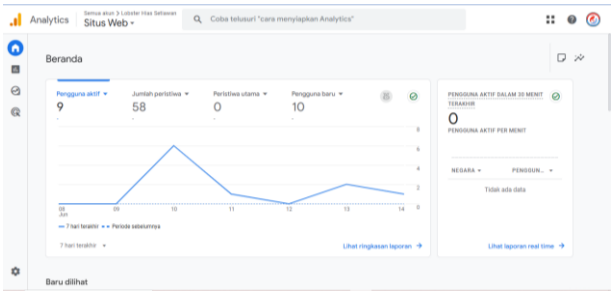
Gambar 14. Hierarki Keseluruhan Wawancara Narasumber

Berdasarkan Gambar 14 visual hierarki tema di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis hasil wawancara telah dikelompokkan ke dalam beberapa tema utama yang saling berkaitan. Tema paling dominan adalah "Informasi Produk" yang mencakup kejelasan jenis lobster, ketersediaan produk, serta saran untuk menambahkan informasi tentang perawatan lobster hias. Ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat memperhatikan isi konten produk yang disajikan di *website*. Selanjutnya, "Tampilan dan Desain *Website*" responden menilai desain *website* cukup menarik, dengan kombinasi warna yang sesuai serta tata letak yang mudah dipahami. Hal ini berkaitan dengan "Kemudahan Penggunaan", di mana banyak pengguna menyatakan tidak mengalami kesulitan saat menavigasi halaman, menandakan *user interface website* sudah cukup ramah pengguna.

Pada bagian "Manfaat *Website* untuk Usaha", mayoritas responden menekankan bahwa keberadaan *website* memberikan dampak positif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan eksposur usaha kecil seperti Farm Lobster Hias Setiawan. Hal ini juga berhubungan dengan "Pengaruh *Website* terhadap Keputusan Pembelian", di mana elemen visual seperti foto dan deskripsi produk serta informasi harga dianggap membantu dalam proses pengambilan keputusan. Sementara itu, pada "Kepuasan Pengguna", pengalaman secara umum dinilai positif, baik dari sisi fungsionalitas maupun tampilan profesional *website*. Pada bagian "Saran Pengembangan" yang menunjukkan saran dan masukan dari pengguna terhadap peningkatan fitur seperti keranjang belanja, fitur pencarian produk, atau tambahan fitur interaktif lainnya.

3.8 Pengujian Google Analytics

Pengujian ini dilakukan untuk memverifikasi bahwa Google Analytics telah terpasang dengan benar pada *website* dan dapat merekam aktivitas pengguna seperti jumlah kunjungan, perilaku pengguna, durasi kunjungan, serta sumber trafik. Hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:



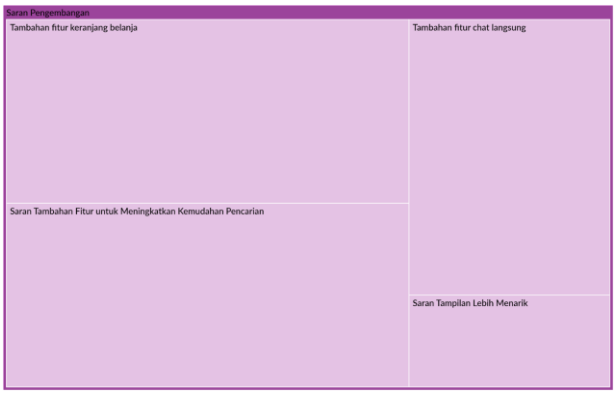
Gambar 15. Hasil Data Pengunjung Melalui Google Analytics

Berdasarkan pengujian yang dilakukan melalui Google Analytics pada Gambar 15 di atas, bahwa pada *website* Farm Lobster Hias Setiawan terdapat 9 pengguna aktif, dengan total 58 peristiwa interaksi pengguna dengan elemen *website*, seperti klik tautan atau tampilan halaman yang terekam dengan 58 detik waktu *engagement* rata-rata per pengguna aktif selama periode tujuh hari terakhir. Namun, tidak terdapat peristiwa utama yang berhasil dicapai oleh pengguna. Selain itu, terdapat 10 pengguna baru, yang mengindikasikan bahwa *website* berhasil menjangkau audiens baru untuk pertama kalinya dalam periode tersebut. Grafik garis pada bagian tengah menampilkan distribusi jumlah pengguna harian, di mana puncak kunjungan terjadi pada tanggal 10 Juni, kemudian mengalami penurunan pada hari-hari berikutnya.

Pada sisi kanan, diperlihatkan informasi mengenai pengguna aktif dalam 30 menit terakhir, yang saat pengambilan gambar menunjukkan angka 0 (nol), artinya tidak ada aktivitas pengunjung secara *real-time* pada waktu tersebut. Selain itu, bagian "Negara" dan "Pengguna" masih belum menampilkan data, disebabkan oleh tidak adanya aktivitas pengunjung pada waktu tersebut. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa *website* telah berhasil merekam data pola kunjungan dan interaksi dasar pengguna melalui integrasi Google Analytics, namun masih memerlukan optimasi lebih lanjut. Data ini, meskipun masih dalam tahap awal, dapat menjadi dasar untuk analisis lebih mendalam mengenai perilaku audiens dan potensi optimasi *website* di kemudian hari. Bab ini merupakan tahapan-tahapan pengembangan sistem dan disertakan yang hasil menggambarkan program.

3.9 Evaluasi

Evaluasi dilakukan pada beberapa dimensi utama, yaitu: fungsionalitas, tampilan visual, pengalaman pengguna, dan efektivitas promosi digital. Pada aspek fungsionalitas, semua fitur dasar berjalan sesuai rencana seperti navigasi menu, katalog produk, dan halaman kontak.



Gambar 16. Hierarki Saran Pengembangan

Berdasarkan hasil analisis wawancara menggunakan NVivo, ditemukan bahwa dari 10 responden, 70% menganggap tampilan *website* cukup informatif, namun 50% menyarankan peningkatan pada fitur interaktif. Kehadiran *website* ini diharapkan dapat menjadi solusi promosi yang efektif, yang sebelumnya hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan media sosial. Pemilihan Blogspot sebagai platform didasari oleh kebutuhan akan solusi yang mudah dikelola dan hemat biaya, mengingat pemilik *farm* memiliki keterbatasan pengetahuan teknis dalam pengelolaan *website*. Perancangan dan implementasi ini berhasil memenuhi kebutuhan dasar untuk menyediakan informasi yang terstruktur dan mudah diakses bagi pelanggan serta efektif dalam menyampaikan informasi terkait *farm* dan sebagai media promosi. Perancangan dan implementasi ini berfokus pada penyajian informasi katalog produk yang lengkap dengan foto dan deskripsi detail, termasuk harga, serta menyertakan profil bisnis, testimoni pelanggan, dan informasi kontak yang jelas.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *website* memenuhi fungsi dasar, masih diperlukan beberapa saran dari pengguna yang dapat dilihat dari Gambar 16. Evaluasi ini memberikan arah pengembangan fitur berikutnya, termasuk terdapat saran agar tampilan lebih menarik dan menambahkan fitur interaktif lainnya seperti: fitur keranjang belanja, fitur pencarian produk untuk meningkatkan kemudahan, dan juga fitur *live chat*. Penemuan saran ini menunjukkan bahwa proses perancangan dan implementasi *website* perlu dipertimbangkan dengan baik mulai dari aspek fungsional maupun tampilan, agar *website* dapat terus relevan dan optimal dalam mendukung pertumbuhan bisnis ke depannya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa proses perancangan dan implementasi *website* menggunakan platform Blogspot pada Farm Lobster Hias Setiawan berjalan dengan baik. *Website* mampu menampilkan katalog produk, profil bisnis, testimoni pelanggan, serta informasi kontak dan layanan. Hasil observasi teknis dan pengujian fungsionalitas melalui metode *Black Box Testing* menunjukkan bahwa seluruh fitur utama dapat diakses dan berfungsi sebagaimana mestinya, baik di perangkat desktop maupun *mobile*.

Berdasarkan data hasil wawancara dan observasi pengguna yang dianalisis menggunakan NVivo menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai informasi katalog dan profil usaha yang tersedia di *website* membantu mereka memahami produk yang ditawarkan dengan lebih baik. Pelanggan menilai bahwa informasi mengenai produk dan profil usaha yang disajikan melalui *website* sudah cukup efektif dan informatif. Meski demikian, terdapat beberapa masukan dari responden, seperti kebutuhan fitur pencarian produk dan integrasi *live chat* untuk komunikasi yang lebih cepat, peningkatan fitur interaktif dapat menjadi prioritas pengembangan selanjutnya untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

Berdasarkan masukan pengguna melalui wawancara dan observasi pada penelitian ini, diperoleh beberapa masukan mengenai kekurangan pada perancangan dan implementasi *website* yang telah dirancang sehingga masih memerlukan pengembangan lebih lanjut. Oleh karena itu, penulis memberikan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan mengenai pengembangan penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

a. Pengembangan fitur interaktif seperti: fitur pencarian produk, fitur keranjang belanja, fitur *live chat*, dan fitur pembayaran *online*.

b. Peningkatan tampilan antarmuka agar lebih menarik, profesional, dan sesuai prinsip UI/UX yang responsif terhadap berbagai perangkat.

c. Penerapan strategi *digital marketing* untuk mengembangkan strategi promosi digital secara terstruktur, seperti penggunaan SEO secara konsisten, *content marketing* edukatif seperti budidaya lobster, tips perawatan, atau informasi menarik lainnya, atau potensi iklan berbayar jika anggaran memungkinkan.

d. Pemanfaatan *tools* seperti Google Analytics untuk menganalisis perilaku pengunjung, sumber lalu lintas, dan preferensi konten, guna mengambil keputusan pengembangan yang berbasis data.

e. Studi perbandingan dengan kompetitor untuk menganalisis *website* kompetitor atau farm lobster hias lain yang sukses dalam promosi digital.

f. Pengujian lebih lanjut terhadap performa teknis untuk melakukan pengujian kecepatan muat halaman, *bug testing* secara berkala, dan optimasi *server* untuk memastikan website berfungsi secara stabil dan efisien.

g. Menambahkan *tools* SEO untuk kata kunci agar relevan dengan kata kunci yang paling banyak dicari.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Suhendi, ST., S.Kom., MMSI. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan artikel ini, serta kepada Ibu Laisa Nurin Mentari, S.Kom., M.M.S.I. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan berharga. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pemilik Farm Lobster Hias Setiawan yang sudah memberikan izin atas usahanya yang dijadikan objek penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pelanggan/calon pelanggan Farm Lobster Hias Setiawan yang telah bersedia menjadi partisipan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

[1] M. N. A. Binar Cahya Vega Putra, Ari Murtono, "Sistem Otomasi Pada Environtment Kolam Lobster Air Tawar Berbasis Mikrokontroller," *J. Sains dan Teknol.*, vol. 4, no. 3, pp. 1–10, 2024.

[2] B. Basuki, N. D. Novikarumsari, I. Ibanah, and I. Fariroh, "Pemberdayaan Masyarakat Desa Sukamakmur Kabupaten Jember Dalam Budidaya Lobster Air Tawar," *J. Pengabdi. Magister Pendidik. IPA*, vol. 4, no. 3, 2021, doi: 10.29303/jpmpi.v4i3.954.

[3] M. H. Romadhon, Y. Yudhistira, and M. Mukrodin, "Sistem Informasi Rental Mobil Berbasis Android dan Website Menggunakan Framework Codeigniter 3 Studi Kasus : CV Kopja Mandiri," *J. Sist. Inf. dan Teknol. Perad.*, vol. 2, no. 1, pp. 30–36, 2021.

[4] A. Rochman, M. I. Hanafri, and A. Wandira, "Implementasi Website Profil SMK Kartini Sebagai Media Promosi dan Informasi Berbasis Open Source," *AJCSR [Academic J. Comput. Sci. Res.*, vol. 2, no. 1, pp. 46–51, 2020.

[5] H. Syahrizal and M. S. Jailani, "Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif," *J. QOSIM J. Pendidik. Sos. Hum.*, vol. 1, no. 1, pp. 13–23, 2023, doi: 10.61104/jq.v1i1.49.

[6] R. W. S. Fachri, Barany, "Perancangan Sistem Dan Desain Undangan Digital Menggunakan Metode Waterfall Berbasis Website (Studi Kasus: Asco Jaya)," *J. Sci. Soc. Res.*, vol. 4, no. 3, pp. 263–267, 2021, doi: 10.54314/jssr.v4i3.692.

[7] N. M. D. Febriyanti, A. A. K. O. Sudana, dan I. N. Piarsa, "Implementasi Black Box Testing pada Sistem Informasi Manajemen Dosen," *JITTER: Jurnal Ilmiah Teknologi dan Komputer*, vol. 2, no. 3, pp. 535–544, 2021. doi: 10.24843/JTRTI.2021.v02.i03.p12.

[8] S. Sukri and Z. Zulfikar, "Mendapatkan Peringkat Terbaik Website Pada Search Engine Dengan Metode Search Engine Optimization (SEO)," *J. Nas. Komputasi dan Teknol. Inf.*, vol. 4, no. 3, pp. 194–202, 2021, doi: 10.32672/jnkti.v4i3.2973.

[9] M. A. Irwansyah, H. Novriando, and R. Apriandi, "Analisis User Experience Aplikasi Bujang Kurir Menggunakan Google Analytics(GA)," *J. Edukasi dan Penelit. Inform.*, vol. 7, no. 1, pp. 64–69, 2021, doi: 10.26418/jp.v7i1.43588.

[10] S. H. B. Nurul Qalbi Haeruddin, Muhammad Rahmat Faizal, "Analisis Kinerja Website Parama Pelindo Menggunakan Pingdom Tools dan Pagespeed Insights," *J. Inform. Prog.*, vol. 15, no. 1, pp. 33–40, 2023, doi: 10.15900/j.cnki.zylf1995.2018.02.001.