
APLIKASI E-COMMERCE NUSANTARA CULINARY BERBASIS WEBSITE

Eunike Charina Ibrena Tarigan¹, Setia Mangiring Marpaung², Wetina Hulu³, Rani Rosalinda⁴
Ilmu Komputer, Teknik Informatika, Universitas Katolik Santo Thomas
Sumatera Utara, Medan, Indonesia
euniketrn27@gmail.com, setiamangiring@gmail.com, wetinahulu@gmail.com,
ranirosalindadepari@gmail.com

Submit : 11 Maret 2026 | **Diterima** : 23 Maret 2026 | **Terbit** : 27 April 2026

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi memberikan peluang besar bagi industri kuliner untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform digital. Aplikasi *e-commerce* berbasis *website* "Nusantara Culinary" dirancang untuk membantu pelaku usaha kuliner di Indonesia dalam memasarkan produknya secara daring. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem yang mempermudah transaksi penjualan makanan khas Nusantara dengan fitur yang ramah pengguna. Pendekatan *Agile* digunakan dalam metodologi pengembangan yang mencakup analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, dan pengujian. Hasil uji coba menunjukkan bahwa aplikasi ini dapat meningkatkan pengalaman pengguna melalui fitur pencarian produk, pemesanan, pembayaran, dan pelacakan pesanan. Keberadaan aplikasi ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pelanggan serta meningkatkan efisiensi operasional bagi para pelaku usaha kuliner, sehingga mendukung *digitalisasi* industri kuliner di Indonesia.

Kata Kunci: *e-commerce*, website, agile, digitalisasi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam dunia bisnis dan aktivitas perdagangan [1]. Salah satu wujud transformasi digital yang mengalami perkembangan pesat adalah penerapan sistem penjualan berbasis website atau *e-commerce*, yang memungkinkan proses transaksi berlangsung lebih cepat, mudah, serta tidak dibatasi oleh ruang dan waktu [2]. *E-commerce* merupakan aktivitas jual beli yang dilakukan secara daring melalui jaringan internet. Selain itu, *e-commerce* dapat dipahami sebagai proses bisnis yang memanfaatkan teknologi elektronik untuk menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik, termasuk pertukaran maupun penjualan barang, layanan, serta informasi secara digital [3]. Seiring dengan perkembangan teknologi, *e-commerce* kini hadir dengan sistem yang lebih canggih, memungkinkan konsumen melihat detail produk, melakukan pemesanan, memilih layanan pengiriman, serta menggunakan beragam metode pembayaran, baik melalui bank digital, kartu kredit, maupun pihak ketiga. *E-commerce* sendiri terbagi ke dalam beberapa kategori, antara lain B2B, B2C, dan C2C [4]. *E-commerce* berperan penting sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi digital dengan menyediakan kesempatan besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing hingga ke pasar global [5].

Kuliner tidak sekadar berfungsi sebagai bahan pangan, melainkan juga merupakan representasi budaya masyarakat yang mengandung nilai sejarah dan filosofi tertentu [6]. Perkembangan kuliner sebagai daya tarik wisata memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan daerah, khususnya dalam pengembangan potensi ekonomi usaha makanan. Oleh karena itu, dukungan dan inovasi menjadi faktor

penting untuk menarik wisatawan dalam menikmati kuliner khas daerah [7]. Di tengah perkembangan era digital, teknologi telah menjadi bagian penting dalam sektor ekonomi dan berperan sebagai modal strategis bagi pelaku industri dalam mengembangkan usaha [8].

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) menjadi dasar hukum dalam pengaturan pemanfaatan teknologi digital, terutama dalam transaksi ekonomi berbasis elektronik. Penelitian pada bidang ekonomi dan bisnis juga mengungkapkan bahwa implementasi teknologi digital berperan besar dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi industri [9]. Era Industri 4.0 menunjukkan bahwa kemajuan teknologi yang selaras dengan perkembangan industri memberikan pengaruh positif, terutama dalam mendorong peningkatan perekonomian nasional [10].

UMKM adalah bentuk usaha berskala kecil yang dikelola oleh perorangan atau kelompok dengan modal yang relatif terbatas, namun memiliki kontribusi besar dalam penggerak ekonomi, penyedia lapangan kerja, dan pemenuhan kebutuhan masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Bab I Pasal 1, usaha mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki dan dijalankan oleh perorangan atau badan usaha perorangan yang telah memenuhi kriteria usaha mikro [11].

Pengembangan UMKM di Indonesia didukung oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang mengatur pemberdayaan, pembiayaan, serta kerja sama UMKM dengan berbagai pihak. Sementara itu, kegiatan perdagangan berbasis elektronik memiliki dasar hukum yang jelas melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Secara Onile [12].

UMKM merupakan sektor industri yang memiliki kontribusi terbesar dalam penyerapan tenaga kerja serta berperan penting dalam upaya pengurangan tingkat kemiskinan [12]. Kehadiran e-commerce memberikan keuntungan yang signifikan bagi pelaku UMKM. Dengan mendaftarkan atau membuka toko pada platform e-commerce, produk yang ditawarkan dapat dengan mudah ditemukan melalui fitur pencarian hanya dengan mengetikkan nama produk. Selain itu, toko online yang terdaftar pada platform e-commerce dapat diakses oleh seluruh pengguna dari berbagai lokasi, sehingga pelaku UMKM memiliki kesempatan yang lebih luas untuk menjangkau pasar dan bersaing dengan perusahaan berskala besar [5].

Keberagaman makanan tradisional merupakan kekayaan budaya Indonesia yang memiliki nilai tinggi, khususnya makanan khas daerah. Namun, pengemasan produk makanan tradisional masih sering kurang diperhatikan dari aspek desain grafis, sehingga berpengaruh terhadap minat konsumen [13]. Dalam persaingan sektor pariwisata, city image dan city branding berperan strategis dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan menciptakan dampak ekonomi bagi daerah [14]. E-commerce berperan penting dalam mendukung UMKM dengan meningkatkan jangkauan produk, mengurangi biaya operasional, dan mempercepat transaksi. Dalam konteks pengembangan sistem, metode agile dipilih karena fleksibel dan responsif terhadap dinamika perubahan bisnis [15].

METODE PENELITIAN

1. Tahapan Penelitian

Dalam penelitian ini, metode pengembangan yang digunakan adalah Agile Software Development, yang memungkinkan sistem beradaptasi dengan perubahan bisnis secara fleksibel. Pendekatan ini mempermudah perkembangan sistem secara bertahap dengan menyesuaikan fitur sesuai kebutuhan customer.



Gambar 1. Metode Penelitian Agile

2. Teknik Pengumpulan Data

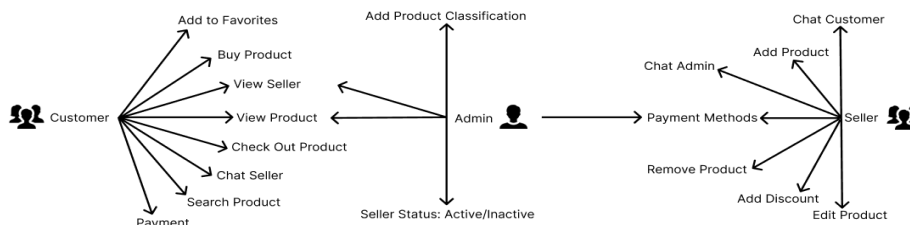
Dalam penelitian teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Untuk melengkapi data-data tersebut penelitian ini mengumpulkan data yang bersumber dari jurnal-jurnal yang telah di terbitkan.

3. Metode Perancangan Sistem

Metode perancangan sistem adalah penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah kedalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi.

[1] Use Case Diagram

Use case diagram merupakan gambaran skenario dari interaksi antara pengguna dengan sistem. Use case diagram menggambarkan hubungan antara aktor dan kegiatan yang dapat dilakukannya terhadap aplikasi tersebut.



Gambar 2. Use Case Diagram Aplikasi

Gambar 2 menunjukkan alur kerja untuk seorang penjual (Seller), pembeli (Customer), dan admin dalam mengelola produk mereka.

a. Berikut adalah penjelasan dari setiap langkah dalam alur kerja dari seorang penjual (Seller) tersebut:

1) Add Product (Menambahkan Produk)

Penjual dapat menambah produk baru ke dalam sistem dengan menyediakan informasi seperti nama produk, deskripsi, harga, dan gambar.

2) Edit Product (Mengedit Produk)

Setelah produk ditambahkan, penjual dapat mengedit informasi produk yang sudah ada seperti memperbarui harga, mengganti gambar, atau mengubah deskripsi.

3) Remove Product (Menghapus Produk)

Penjual memiliki opsi untuk menghapus produk dari daftar jika produk tersebut tidak lagi tersedia atau tidak ingin di tampilkan.

4) Add Discount (Menambah Diskon)

Penjual dapat memberikan diskon untuk produk tertentu.

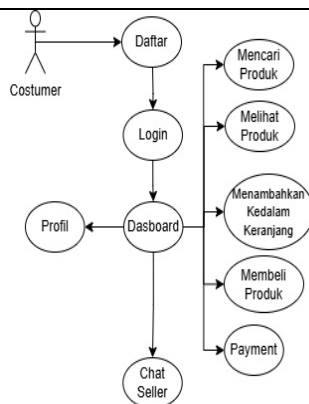
5) Chat Customer

Penjual dapat berkomunikasi dengan pelanggan untuk menjawab pertanyaan atau memberikan dukungan.

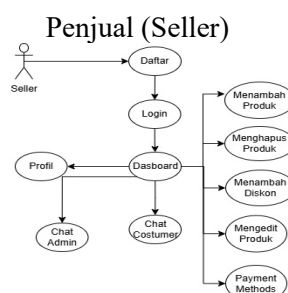
-
- 6) Chat Admin
Penjual dapat berkomunikasi dengan admin melalui platform chat yang berfungsi untuk membantu seller dalam menyelesaikan masalah yang terjadi pada website atau akun mereka.
 - 7) Payment Methods
Mengelola metode pembayaran yang tersedia dalam sistem.
- b. Berikut adalah penjelasan dari setiap langkah dalam alur kerja dari seorang pembeli (Customer) tersebut:
- 1) Search Product (Mencari Product)
Pelanggan memulai dengan mencari produk yang diinginkan menggunakan fitur pencarian di platform.
 - 2) View Product (Melihat Produk)
Pelanggan dapat melihat detail produk yang tersedia.
 - 3) Add to Favorites (Menambah Ke Dalam Keranjang)
Setelah menemukan produk yang diinginkan, pelanggan dapat menambahkannya ke keranjang belanja untuk melanjutkan proses pembelian.
 - 4) Buy Product (Membeli Produk)
Pelanggan dapat membeli produk yang diinginkan.
 - 5) Checkout Product
Pelanggan memeriksa kembali produk yang ada di keranjang belanja dan memastikan informasi pesanan sudah benar sebelum melanjutkan.
 - 6) Payment
Langkah terakhir adalah melakukan pembayaran melalui metode pembayaran yang tersedia di platform untuk menyelesaikan transaksi.
 - 7) Chat Seller
Pembeli dapat berkomunikasi atau berinteraksi dengan penjual melalui platform chat yang berfungsi untuk menanyakan tentang masalah yang dialami dan bertanya tentang informasi yang lebih detail kepada penjual.
 - 8) View Seller (Melihat Penjual)
Pelanggan dapat melihat informasi tentang penjual.
- c. Berikut adalah penjelasan dari alur kerja dari seorang admin:
- 1) View Seller (Melihat Penjual)
Pelanggan dapat melihat informasi tentang penjual.
 - 2) View Product (Melihat Produk)
Pelanggan dapat melihat detail produk yang tersedia.
 - 3) Add Product Classification
Menambahkan atau mengelola klasifikasi produk (misalnya kategori atau subkategori).
 - 4) Seller Status: Active/Inactive
Mengatur status penjual apakah aktif atau nonaktif di platform.
 - 5) Payment Methods
Mengelola metode pembayaran yang tersedia di sistem.

[2] Diagram Alur Sistem

Pembeli (Costumer)



Gambar 3. Diagram Alur Sistem Pembeli



Gambar 4. Digram Alur Sistem Penjual

HASIL DAN PEMBAHASAN

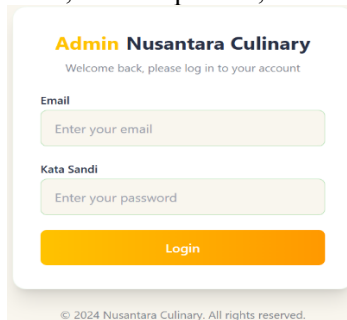
1. Implementasi Sistem

Untuk penerapan metode CRM (**Customer Relationship Management**) dengan sistem yang dirancang di implementasi dengan desain use case diagram dan activity diagram. Berikut adalah hasil dari tampilan dalam platfrom Nusantara Culinary:

1) Halaman Login

a. Halaman Login Admin

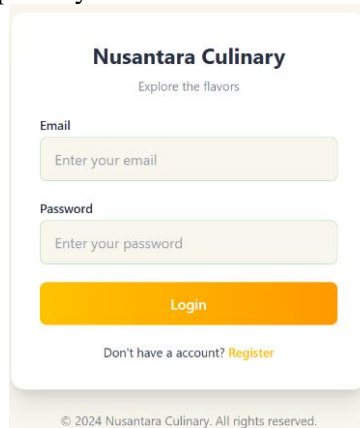
Pada halaman login admin yang berguna untuk masuk kehalaman admin untuk menambah klasifikasi produk, melihat status seller, melihat produk, melihat penjual, dan metode pembayaran.



Gambar 5. Halaman Login Admin

b. Halaman Login Seller

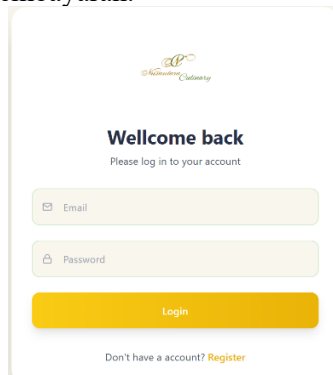
Pada halaman login seller yang berguna untuk masuk kehalaman seller untuk menambah produk, chat admin, chat customer, menambah produk, melihat penjual, menambah diskon, edit produk, menghapus produk, dan metode pembayaran.



Gambar 6. Halaman Login Seller

c. Halaman Login Costumer

Pada halaman login customer yang berguna untuk masuk kehalaman customer untuk menambah produk kedalam keranjang, buy produk, view seller, chat seller, view seller, checkout produk, mencari produk, dan melakukan pembayaran.

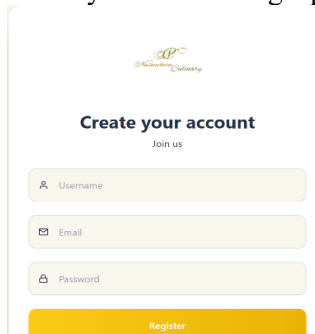


Gambar 7. Halaman Login Costumer

2) Halaman Register

a. Register Costumer

Pada halaman register costumer yang berguna untuk membuat akun baru costumer, didalam halaman register terdapat yang harus diisi yaitu: nama lengkap, email, dan password.



Gambar 8. Register Costumer

b. Register Seller

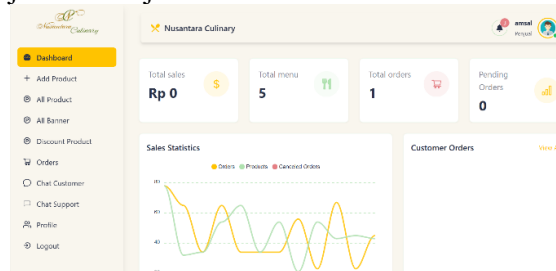
Pada halaman register seller yang berguna untuk membuat akun baru seller, didalam halaman register terdapat beberapa yang harus diisi yaitu: nama lengkap, email, kata sandi.

Gambar 9. Register Seller

3) Fitur – Fitur yang Ada Pada Login Sebagai Seller

a. Dashboard Seller

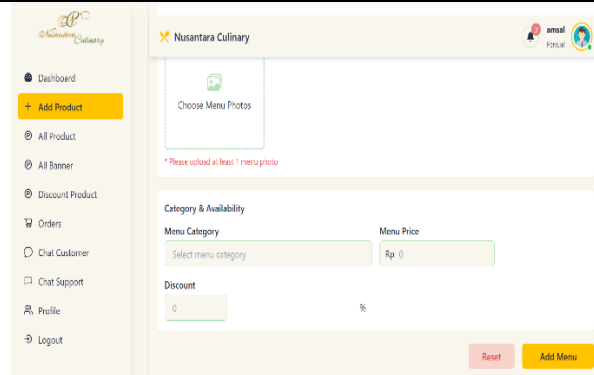
Didalam dashboard seller berfungsi untuk memberikan pengguna untuk mengakses informasi penting dengan cepat, mengelola aktivitas mereka dengan lebih efektif, dan meningkatkan kepuasan dalam berbelanja atau menjalankan bisnis



Gambar 10. Dashboard Seller

b. Halaman Tambah Produk

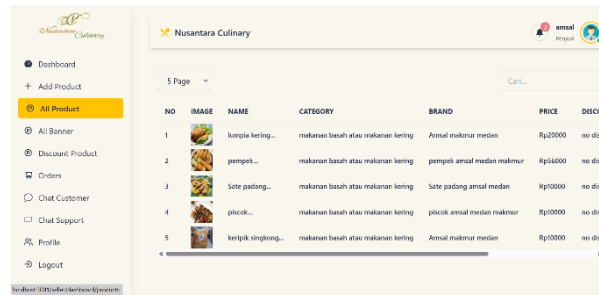
Pada halaman tambah produk berfungsi untuk membantu penjual mengelola stok, menampilkan produk untuk pelanggan, mendukung aktivitas promosi, dan memastikan produk yang dijual bisa diakses dengan mudah oleh pembeli.



Gambar 11. Halaman Tambah Produk

c. Halaman Semua Produk yang Dimiliki

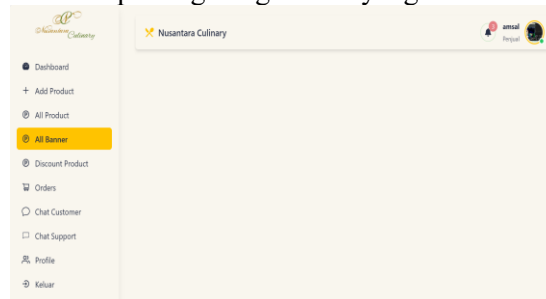
Pada halaman semua produk yang dimiliki berfungsi sebagai halaman utama atau katalog yang memudahkan pengalaman berbelanja pengguna dengan menampilkan berbagai pilihan produk dalam satu tampilan.



Gambar 12. Halaman Semua Produk yang Dimiliki

d. Halaman Banner

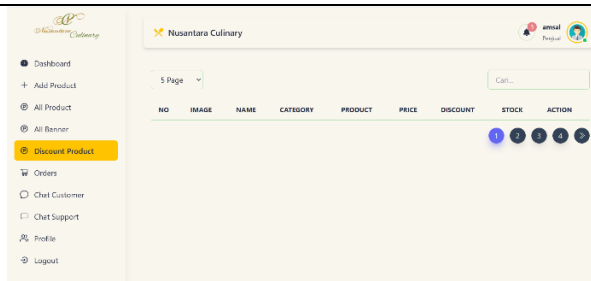
Pada halaman banner berfungsi sebagai sarana komunikasi visual yang membantu mempromosikan produk, penawaran, dan informasi penting dengan cara yang menarik dan efektif.



Gambar 13. Halaman Banner

e. Halaman Diskon Produk

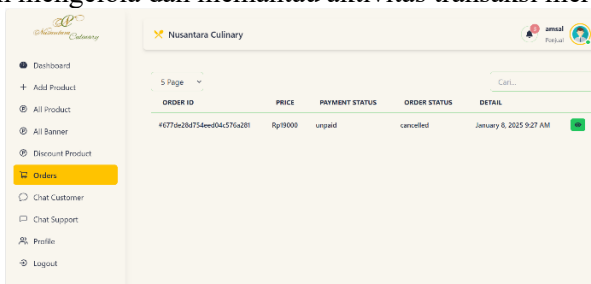
Pada halaman diskon produk berfungsi sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk menarik pelanggan, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan yang positif dengan pengguna melalui penawaran special yang menarik.



Gambar 14. Halaman Diskon Produk

f. Halaman Orders

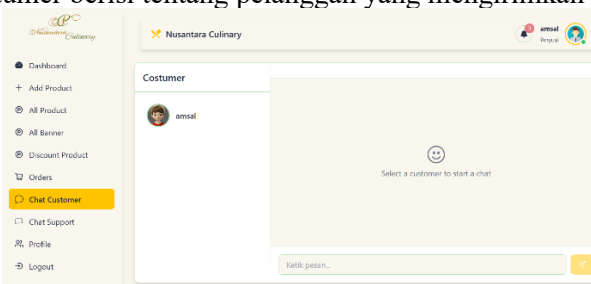
Pada halaman orders berfungsi untuk memberikan kenyamanan, transparansi, dan kemudahan kepada pengguna dalam mengelola dan memantau aktivitas transaksi mereka.



Gambar 15. Halaman Orders

g. Halaman Chat Costumer

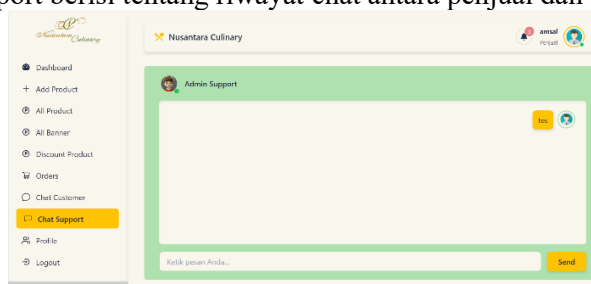
Pada halaman chat costumer berisi tentang pelanggan yang mengirimkan pesan kepada penjual.



Gambar 16. Halaman Chat Costumer

h. Halaman Chat Support

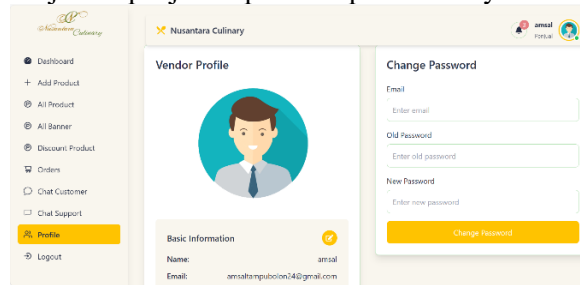
Pada halaman chat support berisi tentang riwayat chat antara penjual dan admin.



Gambar 17. Halaman Chat Support

i. Halaman Profil

Pada halaman profil berisi tentang informasi dasar dari penjual dan didalam profil juga penjual dapat mengubah kata sandi jika si penjual lupa sandi pada akunnya.

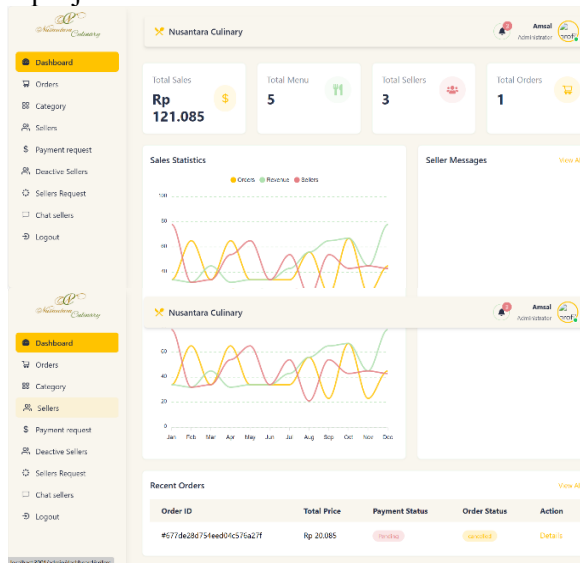


Gambar 18. Halaman Profil

4) Fitur – Fitur yang Ada Pada Login Sebagai Admin

a. Halaman Dashboard Admin

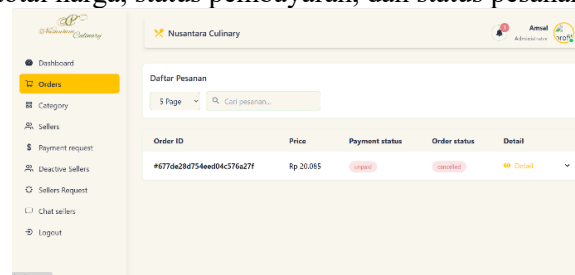
Pada halaman dashboard admin terdapat statistic penjualan, total penjualan, total menu, total penjual, dan total pesanan. Didalam statistic penjualan terdapat grafik yang menunjukkan data dari pesanan, pendapatan, dan penjual.



Gambar 19. Halaman Dashboard Admin

b. Halaman Orders

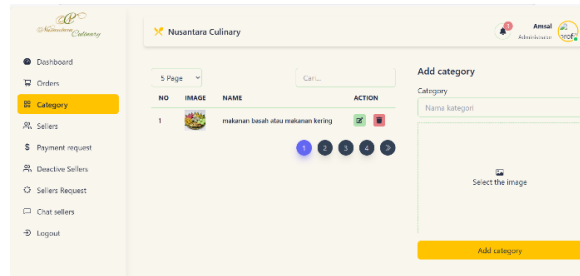
Pada halaman orders pada admin didalam halaman tersebut berisi tentang daftar pesanan yang terdiri dari id pesanan, total harga, status pembayaran, dan status pesanan.



Gambar 20. Halaman Orders

c. Halaman Tambah Kategori

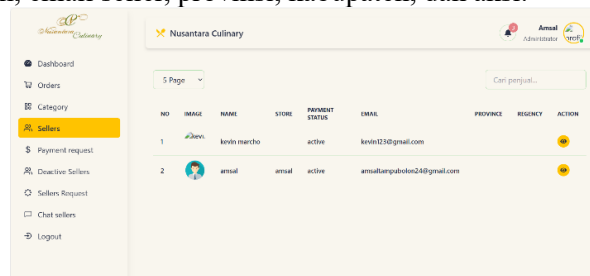
Pada halaman tambah kategori yang berfungsi untuk menambah kategori makanan serta foto makanan.



Gambar 21. Halaman Tambah Kategori

d. Halaman Seller yang Aktif

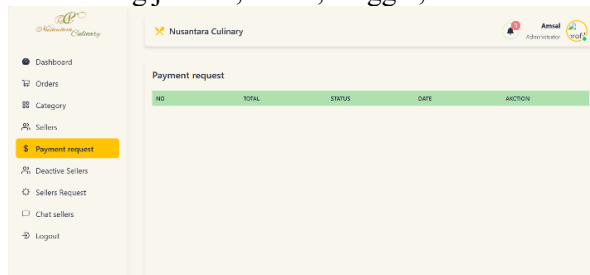
Pada halaman seller yang aktif berisi tentang seller yang aktif yang terdiri dari nama seller, nama toko, status pembayaran, email seller, provinsi, kabupaten, dan aksi.



Gambar 22. Halaman Seller yang Aktif

e. Halaman Payment Request

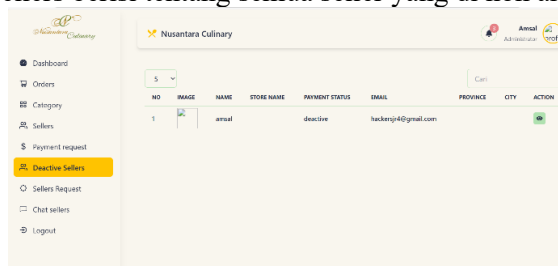
Pada halaman payment request berisi tentang permintaan penarikan dari seller. Didalam halaman payment request juga berisi tentang jumlah, status, tanggal, dan aksi.



Gambar 23. Halaman Payment Request

f. Halaman Deactive Seller

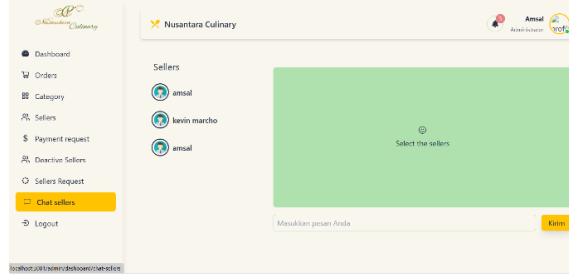
Pada halaman deactive sellers berisi tentang semua seller yang di non aktifkan akan muncul.



Gambar 24. Halaman Deactive Seller

g. Halaman Chat Sellers

Pada halaman chat sellers yang berguna untuk chat antara admin dan seller.

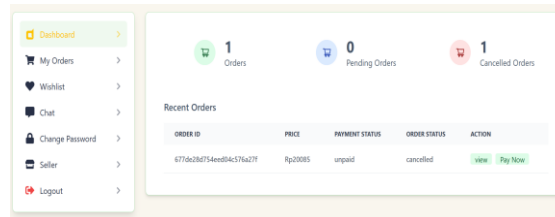


Gambar 25. Halaman Chat Seller

5) Fitur – Fitur yang Ada Pada Login Sebagai Seller

a. Halaman Dashboard Costumer

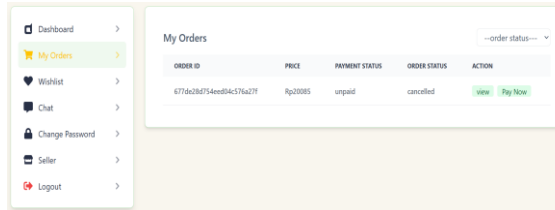
Pada halaman dashboard costumer berisi tentang total orderan, pending orders, dan pesanan yang di batalkan oleh costumer



Gambar 26. Halaman Dashboard Costumer

b. Halaman Order Costumer

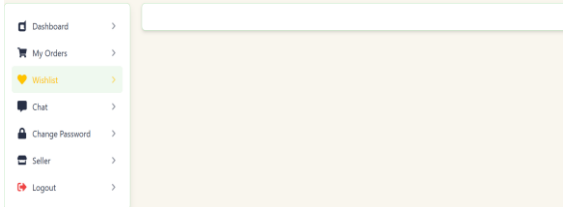
Pada halaman order costumer berisi tentang daftar pesanan pelanggan, harga orderan, status pembayaran, dan status orderan.



Gambar 27. Halaman Order Costumer

c. Halaman Wishlist

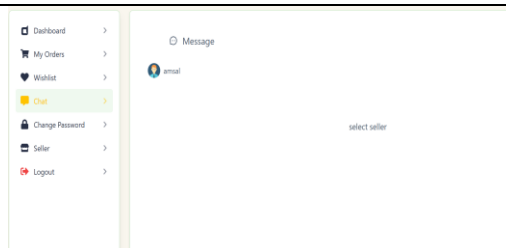
Pada halaman wishlist berisi tentang daftar keinginan makanan yang ingin diminati oleh costumer tapi belum ingin membeli atau yang sering disebut dengan keranjang makanan.



Gambar 28. Halaman Wishlist

d. Halaman Chat Seller

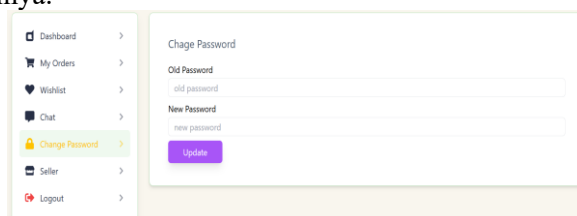
Pada halaman chat seller berisi tentang riwayat chat antara costumer dan seller. Biasanya tujuan halaman ini adalah untuk memudahkan interaksi antara costumer dan seller.



Gambar 29. Halaman Chat Seller

e. Halaman Change Password

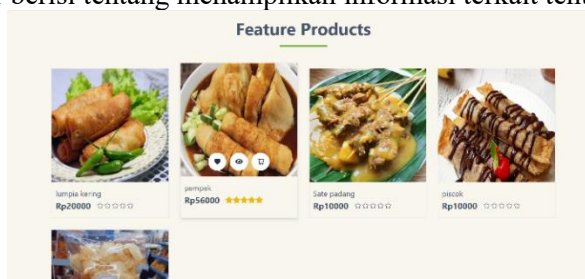
Pada halaman change password berisi tentang costumer untuk mengganti kata sandi akun mereka. Biasanya, halaman ini digunakan untuk meningkatkan keamanan atau saat pengguna ingin memperbarui kata sandinya.



Gambar 30. Halaman Change Password

f. Halaman Costumer

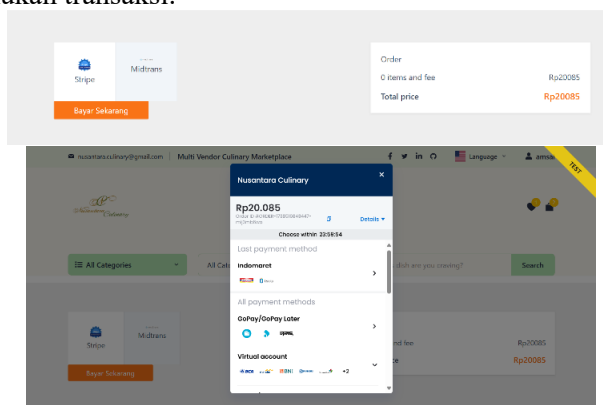
Pada halaman costumer berisi tentang menampilkan informasi terkait tentang produk yang dijual.



Gambar 31. Halaman Costumer

g. Halaman Payment Method

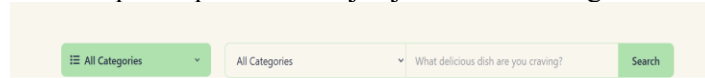
Pada halaman payment method berisi tentang berbagai metode pembayaran yang tersedia untuk costumer dalam melakukan transaksi.



Gambar 32. Halaman Payment Method

h. Halaman Search Produk

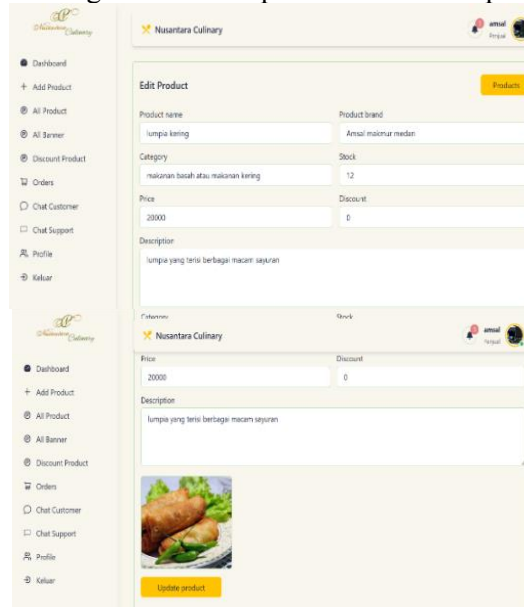
Pada halaman search produk berisi tentang pencarian produk makanan yang diinginkan dengan menggunakan fitur pencarian. Halaman ini dirancang untuk memudahkan pelanggan menemukan produk makanan secara cepat tanpa harus menjelajahi seluruh kategori.



Gambar 33. Halaman Search Produk

i. Halaman Edit Produk

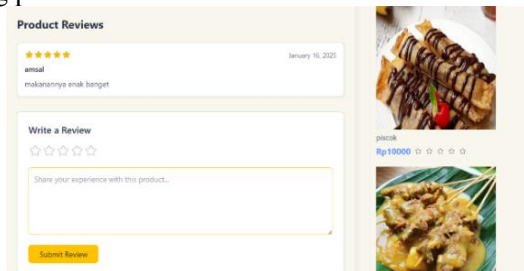
Pada halaman edit produk berfungsi untuk memperbarui informasi produk.



Gambar 34. Halaman Edit Produk

j. Halaman Rating Dan Komentar

Pada halaman rating dan komentar bertujuan meningkatkan pengalaman pengguna, kepercayaan pembeli, serta mendukung pertumbuhan usaha.



Gambar 35. Halaman Rating dan Komentar

2. Pengujian Sistem

Metode *black box testing* digunakan dalam penelitian ini untuk menguji kinerja dan fungsionalitas aplikasi *E-Commerce Nusantara Culinary Berbasis Website*. Pengujian ini dilakukan dengan menguji berbagai fitur yang dapat diakses oleh penjual, pembeli, dan admin. Tujuannya adalah untuk memastikan

bahwa aplikasi ini memberikan hasil yang diharapkan dan memenuhi semua persyaratan fungsi yang telah ditetapkan. Detail pengujian *black box* pada masing-masing fitur akan dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 1 Pengujian Untuk Login Admin, Seller, dan Costumer Ke Web

Kode Uji	A-01		
Nama Kasus Uji	Pengujian untuk login admin, seller, dan costumer ke web		
Tujuan	Menguji fungsi login admin, seller, dan costumer ke web		
Deskripsi	Memastikan bahwa fitur login pada Nusantara Culinary berfungsi dengan baik dan aman.		
Kondisi Awal	Fitur login telah diaktifkan dan berfungsi dengan baik.		
Tanggal Pengujian	2 Januari 2025		
Penguji	Jonatan dan Amsal		
Skenario Uji			
Kolom "email" dan "kata sandi" perlu diisi dengan informasi yang sesuai untuk proses masuk ke akun.			
Kriteria Evaluasi Hasil			
Jika pengguna memasukkan email dan kata sandi yang benar, sistem akan menampilkan dashbord. Namun, jika email atau kata sandi yang dimasukkan salah, sistem akan memberitahukan bahwa email atau kata sandi tersebut tidak valid.			
Kasus dan Hasil Uji			
Data Masukan	Hasil yang diharapkan	Pengamatan/Hasil Pengujian	Kesimpulan
E-mail=“ADA” Password=“ADA”	Pengguna berhasil login dan diarahkan ke halaman utama	Pengguna berhasil login dengan menggunakan email dan password yang valid. Sistem mengarahkan pengguna ke halaman utama setelah login berhasil.	Diterima
Catatan			
1. Proses login berhasil karena admin, seller, dan costumer sudah terdaftar.			

Tabel 2 Pengujian Untuk Registrasi Seller dan Costumer Ke Web

Kode Uji	A-02
Nama Kasus Uji	Pengujian untuk registrasi seller dan costumer ke web
Tujuan	Menguji fungsi registrasi admin kepada seller dan costumer
Deskripsi	Memastikan bahwa proses registrasi seller dan costumer berjalan dengan lancar dan akurat.
Kondisi Awal	Layar registrasi telah ditampilkan
Tanggal Pengujian	2 Januari 2025
Penguji	Jonatan dan Amsal

Skenario Uji			
1. Isi textbox Username 2. Isi textbox E-mail 3. Isi textbox Password			
Kriteria Evaluasi Hasil			
Jika username, e-mail, dan password benar pengguna dapat mendaftar dengan berhasil menggunakan data yang valid. Sistem menampilkan pesan kesalahan jika pengguna mengisi data yang tidak valid.			
Kasus dan Hasil Uji			
Data Masukan	Hasil yang diharapkan	Pengamatan/Hasil Pengujian	Kesimpulan
E-mail = "ADA" Password = "ADA" Username = "ADA"	1. Akun terdaftar dan masuk ke database 2. Halaman dashboard	Akun seller atau costumer masuk ke dalam menu registrasi dan ada pesan kesalahan e-mail telah digunakan orang lain.	Diterima
Catatan			
1. Proses registrasi terhadap seller dan costumer berhasil.			

Tabel 3 Pengujian Untuk Halaman Dashboard Seller

Kode Uji	A-03
Nama Kasus Uji	Pengujian untuk halaman dashboard seller
Tujuan	Memastikan bahwa halaman dashboard seller berfungsi dengan baik dan memenuhi kebutuhan seller.
Deskripsi	1. Mulai dari login atau registrasi akan mengarah ke dashboard seller 2. Halaman terdiri dari: Tambah produk, output produk, output diskon produk, output order, chat costumer, chat admin.
Kondisi Awal	Halaman dashboard telah ditampilkan
Tanggal Pengujian	2 Januari 2025
Penguji	Jonatan dan Amsal
Skenario Uji	
1. Isi textbox Nama Menu 2. Isi textbox Nama Toko Alamat 3. Isi textbox Deskripsi Menu 4. Isi textbox Kategori Menu 5. Isi textbox Stok 6. Isi textbox Harga 7. Isi textbox Diskon, 8. Isi textbox Foto Menu 9. Isi textbox Text Chat	
Kriteria Evaluasi Hasil	
1. Jika Nama menu, Nama toko, Alamat, Deskripsi menu, Kategori menu, Stok, Harga, Diskon, Foto menu maka halaman tambah menu akan di tampilkan 2. Jika Text chat berfungsi maka Text chat akan di tampilkan	
Kasus dan hasil Uji	

Data Masukan	Hasil yang diharapkan	Pengamatan/Hasil Pengujian	Kesimpulan
Nama Menu="ADA" Nama Toko Alamat= "ADA" Deskripsi Menu = "ADA" Kategori Menu = "ADA" Stok = "ADA" Harga = "ADA" Diskon = "ADA" Foto Menu = "ADA" Text Chat = "ADA"	➤ Tampilan jumlah produk ➤ Tampilan statistik ➤ Tampilan Jumlah seller ➤ Tampilan chat costumer ➤ Tampilan chat admin	Tampilan jumlah produk, statistik, jumlah seller, chat costumer, dan chat admin sesuai dengan yang diharapkan.	Diterima
Catatan			
1. Proses masuk ke halaman dashboard seller berhasil dan di tampilkannya halaman dashboard. 2. Semua menu di tampilkan			

Tabel 4 Pengujian Untuk Halaman Dashboard Costumer

Kode Uji	A-04		
Nama Kasus Uji	Pengujian untuk halaman dashboard costumer		
Tujuan	Memastikan bahwa halaman dashboard costumer berfungsi dengan baik dan memenuhi kebutuhan costumer.		
Deskripsi	1.Mulai dari login atau registrasi akan mengarah ke dashboard costumer 2.Halaman dashboard terdiri dari: Tambah favorit produk, Output produk,chat seller, membeli produk dan menjadi penjual. 3.Costumer textbox produk,harga produk ,Alamat,text 4.Seller mengklik tombol kirim		
Kondisi Awal	Halaman dashboard telah ditampilkan		
Tanggal Pengujian	2 Januari 2025		
Penguji	Jonatan dan Amsal		
Skenario Uji	1. Produk, 2. Harga produk 3. Alamat 4. Text Chat		
Kriteria Evaluasi Hasil	1. Jika Nama menu, Nama toko, Alamat, Deskripsi menu, Kategori menu, Stok, Harga, Diskon, Foto menu maka halaman tambah menu akan di tampilkan 2. Jika Text chat berfungsi maka Text chat akan di tampilkan		
Kasus dan hasil Uji			
Data Masukan	Hasil yang diharapkan	Pengamatan/Hasil Pengujian	Kesimpulan
Nama Menu = “ADA” Nama Toko Alamat = “ADA”	➤ Tampilan jumlah produk ➤ Tampilan statistik	Tampilan jumlah produk, statistik, jumlah seller, chat costumer, dan chat admin	Diterima

Deskripsi Menu = "ADA" Kategori Menu = "ADA" Stok = "ADA" Harga = "ADA" Diskon = "ADA" Foto Menu = "ADA" Text Chat = "ADA"	➤ Tampilan Jumlah seller ➤ Tampilan chat costumer ➤ Tampilan chat admin	sesuai dengan yang diharapkan.	
Catatan			
1. Proses masuk ke halaman dashboard costumer berhasil dan di tampilkan halaman dashboard. 2. Semua menu di tampilkan.			

Tabel 5 Pengujian Untuk Halaman Dashboard Admin

Kode Uji	A-05		
Nama Kasus Uji	Pengujian untuk halaman dashboard admin		
Tujuan	Memastikan bahwa admin dapat mengakses dan mengelola informasi tentang pengguna, produk, dan pesanan dengan mudah dan efektif.		
Deskripsi	1. Mulai dari login atau registrasi akan mengarah ke dashboard costumer 2. Halaman dashboard terdiri dari: Tambah favorit produk, output produk, chat seller, membeli produk dan menjadi penjual. 3. Costumer textbox produk,harga produk ,Alamat,text 4. Seller mengklik tombol kirim		
Kondisi Awal	Halaman dashboard telah ditampilkan		
Tanggal Pengujian	2 Januari 2025		
Penguji	Jonatan dan Amsal		
Skenario Uji			
1. Login admin 2. Tampilan dashboard 3. Navigasi menu 4. Pengelolaan pengguna 5. Pengelolaan produk 6. Pengelolaan pesanan			
Kriteria Evaluasi Hasil			
1. Halaman dashboard admin berfungsi dengan baik dan menampilkan informasi yang akurat. 2. Menu navigasi berfungsi dengan baik dan mengarahkan admin ke halaman yang tepat. 3. Admin dapat mengelola pengguna, produk, dan pesanan dengan sukses.			
Kasus dan hasil Uji			
Data Masukan	Hasil yang diharapkan	Pengamatan/Hasil Pengujian	Kesimpulan
Nama Kategori = “ADA” Foto Kategori= “ADA” Seller dan Costumer= “ADA”	➤ Tampilan jumlah seller ➤ Tampilan jumlah costumer ➤ Tampilan saldo ➤ Tampilan statistic ➤ Tampilan chat seller ➤ Tampilan output order	Tampilan jumlah seller, jumlah costumer, saldo, statistic, chat seller, dan output order.	Diterima

Text Chat = “ADA”			
Catatan			
1. Proses masuk ke halaman dashboard Admin berhasil dan di tampilkannya halaman dashboard. 2. Semua menu di tampilkan.			

Tabel 6 Pengujian Payment

Kode Uji	A-06		
Nama Kasus Uji	Pengujian Payment (Pembayaran)		
Tujuan	Memastikan bahwa sistem pembayaran berfungsi dengan baik dan aman.		
Deskripsi	1. Mulai dari login akan mengarah ke react 2. Masuk ke menu payment atau pembayaran		
Kondisi Awal	Halaman pembayaran telah ditampilkan		
Tanggal Pengujian	6 Januari 2025		
Penguji	Jonatan dan Amsal		
Skenario Uji	1. Pembayaran Berhasil : ➤ Pilih menu dan tambahkan ke keranjang belanja. ➤ Pilih metode pembayaran. ➤ Masukkan informasi pembayaran yang valid. ➤ Klik tombol “bayar” untuk menyelesaikan transaksi. ➤ Transaksi berhasil.		
Kriteria Evaluasi Hasil	1. Transaksi pembayaran berhasil dan pengguna diarahkan ke halaman konfirmasi pembayaran. 2. Transaksi pembayaran gagal dan pengguna diarahkan ke halaman pembayaran tidak valid.		
Kasus dan Hasil Uji			
Data Masukan	Hasil yang diharapkan	Pengamatan/Hasil Pengujian	Kesimpulan
Credit : VISA dan FCB = “ADA” Dana : QRIS, DANA, OVO dan Link Aja = “ADA” Alfa Group : Alfamart = “ADA”	➤ Tampilan pembayaran /transaksi berhasil ➤ Tampilam saldo ➤ Tampilan kode QR	Tampilan pembayaran atau transaksi, saldo dan kode OR berhasil.	Diterima
Catatan			
1. Jika pembayaran gagal dan pengguna diarahkan ke halaman pembayaran tidak valid.			

Tabel 7 Pengujian Pencarian

Kode Uji	A-07
Nama Kasus Uji	Pengujian Pencarian
Tujuan	Memastikan bahwa fungsi pencarian berjalan dengan baik dan akurat.
Deskripsi	1. Mulai dari login akan mengarah ke halaman dashboard 2. Masuk ke menu home untuk masuk ke pencarian menu makanan yang mau di cari atau di beli.
Kondisi Awal	Halaman pencarian telah ditampilkan

Tanggal Pengujian	6 Januari 2025		
Penguji	Jonatan dan Amsal		
Skenario Uji			
Pencarian menu: ➤ Kunjungi halaman utama Nusantara Culinary. ➤ Ketikkan menu makanan yang mau dicari pada kolom pencarian. ➤ Klik tombol “Cari” atau tekan Enter. ➤ Hasil pencarian menampilkan daftar menu yang relevan dengan menu makanan yang diketikkan.			
Kriteria Evaluasi Hasil			
1. Hasil pencarian menampilkan daftar menu yang relevan dengan menu makanan yang diketikkan. 2. Fitur pencarian berfungsi dengan baik dan menampilkan hasil pencarian yang relevan.			
Kasus dan hasil Uji			
Data Masukan	Hasil yang diharapkan	Pengamatan/Hasil Pengujian	Kesimpulan
Nama Menu= “ADA”	Tampilan menu makanan yang di cari.	Tampilan menu makanan yang di cari.	Diterima
Catatan			
1. Jika pencarian daftar menu tidak sesuai dengan menu yang akan dicari maka akan diberikan pesan “tidak ditemukan” atau “hasil pencarian tidak ditemukan” menu yang diketikkan tidak sesuai dengan daftar menu.			

Tabel 8 Pengujian Rating

Kode Uji	A-08
Nama Kasus Uji	Pengujian Rating
Tujuan	Memastikan bahwa rating yang diberikan oleh pengguna akurat dan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.
Deskripsi	1. Mulai dari login akan mengarah ke halaman dashboard dan pilih menu yang ingin dicari. 2. Berikan rating pada menu yang dipilih dengan skor yang berbeda-beda (1-5).
Kondisi Awal	Halaman rating telah ditampilkan
Tanggal Pengujian	6 Januari 2025
Penguji	Jonatan dan Amsal
Skenario Uji	
Memberikan Rating: ➤ Kunjungi halaman utama Nusantara Culinary. ➤ Ketikkan menu makanan yang mau dicari pada kolom pencarian. ➤ Klik tombol “Beri Rating” atau tekan “Tinggalkan Ulasan”. ➤ Pilih rating yang ingin diberikan (misalnya: 4/5). ➤ Klik tombol “Kirim” atau “Simpan”. ➤ Rating berhasil diberikan dan ditampilkan pada halaman detail menu.	
Kriteria Evaluasi Hasil	
1. Rating berhasil diberikan dan ditampilkan pada halaman detail menu. 2. Rating berhasil diubah dan ditampilkan pada halaman detail menu.	

Kasus dan hasil Uji			
Data Masukan	Hasil yang diharapkan	Pengamatan/Hasil Pengujian	Kesimpulan
Bintang = “ADA” Text = “ADA”	➤ Rating yang diberikan oleh pengguna dapat disimpan dan ditampilkan dengan benar. ➤ Tidak ada kesalahan atau error yang terjadi selama pengujian rating.	Tampilan rating yang diberikan oleh pengguna dapat disimpan dan ditampilkan dengan benar.	Diterima
Catatan 1. Rating yang diberikan oleh pengguna dapat disimpan dan ditampilkan. 2. Rating juga dapat berdampak pada daftar menu yang akan di cari, jika ratingnya kecil atau ulasan yang akan dibeikan pengguna (pelanggan) tidak akan membeli menu tersebut.			

Tabel 9 Pengujian Banner

Kode Uji	A-09		
Nama Kasus Uji	Pengujian Banner		
Tujuan	Memastikan bahwa banner dapat menarik pembeli atau costumer.		
Deskripsi	1.Mulai dari login akan mengarah ke halaman dashboard. 2.Klik menu All Banner		
Kondisi Awal	Halaman All Banner telah ditampilkan		
Tanggal Pengujian	6 Januari 2025		
Penguji	Jonatan dan Amsal		
Skenario Uji			
1. Mulai dari login akan mengarah ke halaman dashboard. 2. Klik menu All Banner			
Kriteria Evaluasi Hasil			
1. Halaman banner berhasil menarik costumer untuk membeli menu yang ingin dibeli.			
Kasus dan hasil Uji			
Data Masukan	Hasil yang diharapkan	Pengamatan/Hasil Pengujian	Kesimpulan
Gambar = “ADA”	Banner dapat menarik perhatian costumer untuk berbelanja.	Tampilan Banner berhasil.	Diterima
Catatan			
1. Banner yang dimasukkan ke halaman dapat menarik perhatian costumer yang ingin berbelanja.			

Tabel 10 Pengujian Discount Product

Kode Uji	A-10		
Nama Kasus Uji	Pengujian Discount Product		
Tujuan	Memastikan costumer mendapatkan diskon disetiap pembelian.		
Deskripsi	1. Mulai dari login akan mengarah ke halaman dashboard. 2. Klik menu Discount Product.		
Kondisi Awal	Halaman Discount Product telah ditampilkan		
Tanggal Pengujian	6 Januari 2025		

Penguji		Jonatan dan Amsal	
Skenario Uji			
1. Mulai dari login akan mengarah ke halaman dashboard.			
2. Klik menu Discount Product			
Kriteria Evaluasi Hasil			
1. Halaman discount product atau diskon produk berhasil.			
Kasus dan hasil Uji			
Data Masukan	Hasil yang diharapkan	Pengamatan/Hasil Pengujian	Kesimpulan
Gambar = “ADA” Nama menu = “ADA” Kategori = “ADA” Produk = “ADA” Harga = “ADA” Diskon = “ADA”	Discount product (diskon produk) berhasil ditampilkan.	Tampilan Discount Product berhasil.	Diterima
Catatan			
Memastikan bahwa diskon produk berfungsi dengan baik dan akurat.			

Tabel 11 Pengujian Halaman Orders

Kode Uji	A-11		
Nama Kasus Uji	Pengujian halaman Orders		
Tujuan	Memastikan orders menampilkan daftar pesanan, mengelola pesanan, dan menampilkan status pesanan.		
Deskripsi	1. Mulai dari login akan mengarah ke halaman dashboard. 2. Klik menu Orders.		
Kondisi Awal	Halaman Orders telah ditampilkan		
Tanggal Pengujian	6 Januari 2025		
Penguji	Jonatan dan Amsal		
Skenario Uji			
1. Mulai dari login akan mengarah ke halaman dashboard. 2. Klik menu Orders			
Kriteria Evaluasi Hasil			
1. Halaman Orders atau daftar pesanan berhasil.			
Kasus dan hasil Uji			
Data Masukan	Hasil yang diharapkan	Pengamatan/Hasil Pengujian	Kesimpulan
Id pemesanan = “ADA” Status pembayaran = “ADA” Status pemesanan = “ADA” Total harga = “ADA”	Halaman Orders berhasil ditampilkan.	Tampilan halaman orders berhasil.	Diterima
Catatan			
Memastikan orders menampilkan daftar pesanan, mengelola pesanan, dan menampilkan status pesanan.			

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan penting yaitu sebagai berikut:



- a. Aplikasi e-commerce berbasis website sangat membantu customer dalam membeli makanan khas. Mereka dapat melihat detail produk, bertransaksi, dan memesan barang kapan saja dan di mana saja tanpa harus pergi ke toko fisik.
- b. Platform ini mempermudah perluasan jangkauan pemasaran dan penjualan produk, serta meningkatkan jumlah pelanggan melalui transaksi jarak jauh.
- c. Bagi admin, aplikasi ini menyederhanakan pembuatan laporan data produk, promosi, dan laporan penjualan, sehingga lebih efisien dan efektif.

SARAN

Berikut adalah beberapa saran untuk pengembangan aplikasi e-commerce Nusantara Culinary berbasis website:

1. Promosi dan Pemasaran:
 - a. Melakukan promosi dan pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan aplikasi kepada masyarakat luas.
 - b. Memanfaatkan media sosial, iklan online, atau kerjasama dengan influencer untuk meningkatkan visibilitas aplikasi.
2. Kerjasama dengan UMKM Kuliner:
 - a. Menggandeng UMKM kuliner dari seluruh Nusantara untuk bergabung dalam platform.
 - b. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM kuliner dalam menggunakan aplikasi.
3. Keamanan dan Kepercayaan:
 - a. Menjamin keamanan data pribadi dan transaksi pengguna.
 - b. Membangun kepercayaan pengguna dengan memberikan pelayanan yang baik dan responsif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Ardianto *et al.*, "Transformasi Digital dan Antisipasi Perubahan Ekonomi Global dalam Dunia Perbankan," *MARAS J. Penelit. Multidisiplin*, vol. 2, no. 1, pp. 80–88, 2024, doi: 10.60126/maras.v2i1.114.
- [2] D. I. Kota, M. Rosidah, and H. Y. Harefa, "Penerapan E-Commerce PENERAPAN E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA TRANSFORMASI DIGITAL," vol. 13, no. 1, pp. 414–426, 2023.
- [3] Rina Irawati and Irawan Budi Prasetyo, "Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang)," *J. Penelit. Manaj. Terap.*, vol. 6, no. 2, pp. 114–133, 2021.
- [4] Y.L.R Rehatalanit, "Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis," *J. Teknol. Ind.*, vol. 5, no. 1, pp. 1–8, 2016.
- [5] R. Haholongan, R. Alexcandra, N. Allyssa, E. Olivia, R. Ariana Zaputri, and S. Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, "Perilaku Konsumen Penggunaan E-Commerce Terhadap UMKM (Studi Kasus UMKM di Daerah Balai Pustaka)," *EKOMA J. Ekon.*, vol. 3, no. 5, pp. 444–449, 2024.
- [6] A. Amrizal, "Aplikasi Pemesanan Online (E-Commerce) Makanan Tradisional Daerah Sumatera Barat," 2021, [Online]. Available: <https://repository.uir.ac.id/8892/1/143510679.pdf>
- [7] S. Asmiatun, V. Vydia, and E. Widodo, "Penerapan Metode K-Nearest Neighbor pada Aplikasi E-Kuliner untuk Strategi Marketing Wisata Kuliner Indonesia," *Ultim. InfoSys J. Ilmu Sist. Inf.*, vol. 11, no. 2, pp. 71–77, 2020, doi: 10.31937/si.v11i2.1467.

-
- [8] S. Lita Kumala, “Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia,” *J. Econ. Reg. Sci.*, vol. 1, no. 2, pp. 109–117, 2022, [Online]. Available: <http://ejournal.stiejb.ac.id/index.php/jurnal-esensi/article/view/190>
- [9] C. S. Oativa, P. E. Haes, T. I. Fajri, H. Eldo, and M. L. Hakim, “Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang,” *J. Minfo Polgan*, vol. 13, no. 1, pp. 815–821, 2024, doi: 10.33395/jmp.v13i1.13823.
- [10] Y. I. Cahyani, F. Annas, and N. Atikah, “Pengembangan Sistem E-Commerce untuk Meningkatkan Penjualan Oleh-Oleh Makanan Ringan di Kabupaten Padang Pariaman,” ... *J. Vision*. ..., vol. 02, no. 02, pp. 418–437, 2023, [Online]. Available: <https://journal.makwafoundation.org/index.php/jovishe/article/view/375%0Ahttps://journal.makwafoundation.org/index.php/jovishe/article/download/375/414>
- [11] P. Penggunaan, A. Canva, U. Mengembangkan, P. Matematika, and U. Galuh, “Abdimas Galuh DAERAH CIAMIS TRAINING ON THE USE OF THE CANVA APPLICATION TO DEVELOP CREATIVITY IN MARKETING MSME PRODUCTS TYPICAL,” vol. 4, no. September, pp. 1041–1049, 2022.
- [12] N. Salshavira, F. Annas, and F. Wati, “Pengembangan Sistem E-Commerce Berbasis OpenCart Sebagai Media Promosi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Makanan dan Kue Kering di Kec.Lubuk Basung,” *JOVISHE J. Vision. Sharia Econ.*, vol. 3, no. 1, pp. 220–237, 2024, doi: 10.57255/jovishe.v3i1.463.
- [13] R. D. Pramesti, A. Anggarini, L. Salma, and A. K. R. Postha, “Pengaruh penggunaan warna pada desain kemasan makanan khas daerah terhadap persepsi konsumen,” *Sniv Semin. Nas. Inov. Vokasi*, vol. 2, no. 1, pp. 174–180, 2023.
- [14] L. Steffanie, M. Wijaya, and R. F. Marta, “CITRA KOTA YOGYAKARTA,” pp. 26–35, 2021, doi: 10.17977/um020v15i12021p26.
- [15] Syahputra Ahmad, “Strategi Digital Marketing yang Efektif untuk UMKM,” *Competitive*, vol. 16, no. 1, pp. 32–41, 2022, [Online]. Available: <http://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive%7C32>