

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep dan Pengertian Jasa

Menurut Tjiptono (2005), pada umumnya produk dapat diklasifikasikan menjadi kelompok berikut, yaitu:

1. Barang, adalah suatu benda berwujud terdiri atas barang yang tidak tahan lama (*non-durable goods*) yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian yang umur ekonomisnya kurang dari satu tahun, dan juga ada barang yang bisa bertahan lama (*durable goods*) dan memiliki umur ekonomis lebih dari satu tahun.

2. Jasa, adalah aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Sebenarnya perbedaan secara tegas antara barang dan jasa sukar dilakukan, karena pembelian barang tertentu kerap kali disertai jasa-jasa tertentu, misalnya: garansi terhadap pembelian barang elektronik atau bantuan instalasi. Pembelian suatu jasa juga sering meliputi barang-barang yang melengkapinya.

Meskipun demikian, jasa dapat didefinisikan sebagai pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak ke pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

2.2 Hotel

Menurut Sulastiyono (2008) hotel adalah hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman

dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Hotel dapat digolongkan dalam tiga jenis mengacu pada United States Lodging Industry yaitu *Residential Hotel*, *Transit Hotel*, dan *Resort Hotel*.

Terkait dengan penelitian ini, dari ketiga jenis hotel tersebut yang sesuai dengan Hotel 88 Embong Malang Surabaya yaitu *transit hotel*. *Transit hotel* adalah suatu bentuk akomodasi yang menampung atau menerima tamu yang *transit* (singgah sementara), dimana tamu hotel dapat menginap untuk semalam atau kurang. Hotel transit adalah Hotel dengan pengunjung yang datang dan pergi secara cepat dan untuk tamu yang bepergian jauh atau biasanya dilakukan oleh pelaku bisnis menurut Sulastiyono (2008).

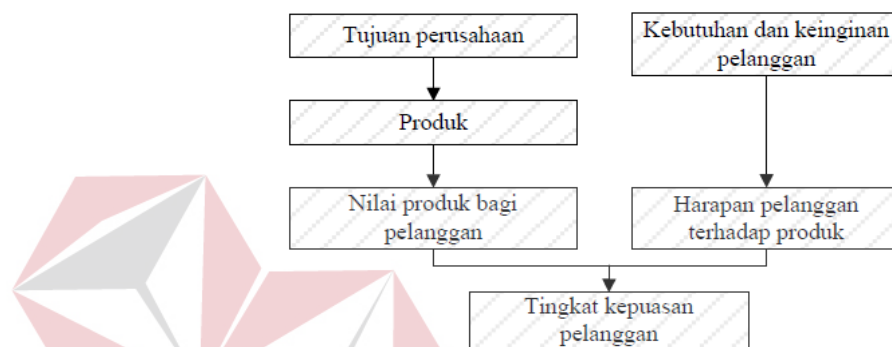
2.3 Aplikasi

Menurut Jogiyanto (2003) aplikasi adalah perangkat lunak yang digunakan untuk melayani berbagai macam kebutuhan. Teknologi canggih dari sebuah perangkat keras akan berfungsi bila diberi instruksi-instruksi tertentu. Instruksi-instruksi yang diberikan disebut dengan perangkat lunak (*software*).

2.4 Kepuasan Pelanggan

Tugas utama dari perusahaan adalah memuaskan para pelanggan. Pelanggan adalah orang yang paling penting dalam suatu perusahaan. Pelanggan tidak bergantung kepada perusahaan, tetapi perusahaan yang bergantung kepada pelanggan menurut Irawan (2002). Ketika pelanggan mendapatkan kepuasan, pelanggan akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain.

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Menurut Rangkuti (2002), pengertian tersebut dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap satu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat dengan konsep kepuasan pelanggan, sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 2.1 berikut.



Gambar 2.1 Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan Rangkuti (2002)

Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen, akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi menurut Irawan (2002).

Pada saat ini, biaya riset kepuasan pelanggan relatif tinggi, tetapi biaya yang dikeluarkan akan lebih kecil bila dibandingkan dengan tingginya biaya yang harus dikeluarkan ketika terjadi kesalahan pengambilan keputusan akibat kekeliruan dalam memahami selera konsumen menurut Rangkuti (2002). Pengukuran kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan pengguna akhir, serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan. Oleh karena itu, perusahaan selalu membutuhkan umpan balik secara langsung dari pelanggan. Umpan balik dari pelanggan secara langsung atau dari *focus group* atau

dari keluhan pelanggan merupakan alat untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut Rangkuti (2002).

Menurut Kotler (2005) dan Tjiptono & Chandra (2011) ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan kritik dan saran, pendapat serta keluhan pelanggan. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus dan lain-lain mengingat aman sekarang teknologi sudah maju sekarang perusahaan-perusahaan dapat membuat *account* di jejaring sosial dan mengirimkan keluhan atau dapat melalui *e-mail*.

2. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *ghost shopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman pelanggan dalam pembelian produk-produk tersebut.

3. *Lost Customer Analysis*

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok dan diharapkan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Menurut Kotler (2005), terdapat indikator yang digunakan dalam menilai kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan.
2. Pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan bagi pelanggan.
3. Kepuasan bagi setiap pelanggan yang menginap.

Setiap perusahaan yang memperhatikan kepuasan pelanggan akan memperoleh beberapa manfaat pokok sebagai berikut menurut Tjiptono dan Chandra (2011):

1. Reputasi perusahaan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya.
2. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
3. Memungkinkan terciptanya rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan sehingga semakin banyak orang yang akan membeli dan menggunakan produk/jasa perusahaan.

4. Meningkatkan *volume* penjualan dan keuntungan
5. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggan menjadi harmonis.
6. Mendorong setiap anggota organisasi untuk bekerja dengan tujuan serta kebanggaan yang lebih baik.
7. Menekan biaya melayani pelanggan sebagai dampak faktor kekeluargaan dan relasi khusus dengan pelanggan.

2.5 Instrumen Kuesioner/Angket

Menurut Sugiyono (2012) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Pada sebuah penelitian diperlukan sebuah alat ukur yang biasanya dinamakan instrumen penelitian. Pengertian instrumen menurut Sugiyono (2012) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner atau angket.

Terdapat berbagai jenis angket/kuesioner yang dapat dipakai dalam melakukan sebuah penelitian yaitu :

1. Kuesioner Terbuka : pertanyaan-pertanyaan yang memberi pilihan-pilihan respons terbuka kepada responden. Pada pertanyaan terbuka antisipasilah jenis respons yang muncul. Respons yang diterima harus tetap bisa diterjemahkan dengan benar.
2. Kuesioner Tertutup : pertanyaan-pertanyaan yang membatasi atau menutup pilihan-pilihan respons yang tersedia bagi responden.

Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis pertanyaan tertutup dengan pilihan jawaban respon yang masing-masing memiliki ukuran nilai seperti baik sekali, baik, kurang dan buruk.

2.6 Kuesioner Kepuasan Pelanggan

Organisasi bisnis ini harus mengetahui kebutuhan serta harapan pelanggan dan akan dapat menentukan apakah memang dapat memenuhi dengan cara yang memuaskan. Menurut Supranto (2009), menggunakan persepsi dan sikap pelanggan untuk memperkirakan mutu barang dan jasa, instrumen atau alat pengukuran kepuasan pelanggan harus benar-benar dapat mengukur dengan tepat persepsi dan sikap pelanggan tersebut. Salah satu cara untuk mengukur sikap dan persepsi pelanggan ialah dengan menggunakan kuesioner.

Alat yang dipergunakan untuk mengukur tingkat kepuasan ialah daftar pertanyaan atau kuesioner. Data yang diperoleh berupa jawaban dari para tamu terhadap pertanyaan yang diajukan seperti sangat baik (4), baik (3), kurang (2), dan buruk (1) terhadap pelayanan yang ada menurut Supranto (2009). Dengan memberikan jawaban yang berupa angka bisa dihitung rata-rata tingkat kepuasan terhadap ciri pelayanan tertentu.

Kuesioner yang dirancang dalam penelitian Bernadet (2011) menggunakan Skala *Likert* agar dapat mengetahui pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Skala *Likert* 1-4 yang digunakan untuk tamu memiliki bobot yaitu sangat baik, baik, kurang, dan buruk. Kuesioner tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Penilaian Kepuasan

No	Pertanyaan / Pernyataan
<i>Tangibles / kasat mata</i>	
1	Kamar hotel bersih dan rapi
2	Fasilitas yang disediakan (meeting room, smoking area, newspaper, baggage storage, laundry, dry cleaning, wi-fi and valet parking) cukup lengkap
3	Fasilitas restaurant yang ada pada hotel yang baik
4	Karyawan hotel memiliki penampilan yang rapi dan ramah
5	Struktur atau rancangan bangunan dan fasilitas hotel yang bagus
<i>Reliability / keandalan</i>	
6	Mudah dalam melakukan reservasi kamar hotel
7	Pelayanan hotel yang akurat
8	Nyaman dalam beristirahat di hotel
9	Tarif hotel telah sesuai dengan pelayanan tamu yang diberikan
<i>Responsiveness / daya tanggap</i>	
10	Karyawan hotel sigap dalam memberikan informasi dan melayani tamu
11	Penanganan keluhan tamu pada hotel baik
<i>Assurance / jaminan</i>	
12	Keterampilan dan pengetahuan karyawan hotel dalam melayani tamu yang bagus
13	Karyawan hotel ramah dalam melayani
14	Keamanan di lingkungan hotel yang terjaga

<i>Empathy / empati</i>	
15	Kemudahan dalam memanfaatkan fasilitas hotel (meeting room, smoking area, newspaper, baggage storage, laundry, dry cleaning, wi-fi and valet parking)
16	Kemampuan karyawan hotel dalam memberikan informasi yang dibutuhkan tamu yang baik
17	Karyawan hotel yang peka terhadap kebutuhan tamu

2.7 Skala Pengukuran (*Likert Scale*)

Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner kepuasan tamu pada penelitian ini adalah Skala *Likert*. Menurut Umar (2004), Skala *Likert* ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, seperti sangat baik, baik, kurang, dan buruk. Selain itu Skala *Likert* digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang.

Pada Skala *Likert* variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi subvariabel. Kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang terukur yang mana menjadi tolak ukur untuk membuat item instrumen berupa pertanyaan yang perlu dijawab responden. Setiap jawaban diungkapkan dengan kata-kata yang disertai bobot nilai, yaitu:

1. Sangat Setuju (SS) = 4
2. Setuju (S) = 3
3. Tidak Setuju (TS) = 2
4. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

2.8 Uji Validitas

Sebuah instrumen yang akan digunakan dalam penelitian harus dapat mengukur atau mengungkapkan data dari variabel yang diteliti. Hal ini dapat diketahui dengan uji validitas untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah instrumen. Untuk menguji validitas alat ukur, maka terlebih dahulu dihitung harga korelasi dengan rumus *Product moment* menurut Supranto (2009), yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}} \dots\dots\dots (2.1)$$

Dimana :

r_{xy} = Koefisien korelasi

$\sum y$ = Jumlah skor total

n = Jumlah responden

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

$\sum x$ = Jumlah skor item

$\sum xy$ = Total perkalian skor item dan total

Sebuah instrumen dapat dinyatakan valid apabila koefisien korelasinya $> 0,361$.

2.9 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berbicara mengenai masalah ketepatan (*accuracy*) alat ukur. Ketepatan ini dapat dinilai dengan analisa statistik untuk mengetahui *measurement error* atau salah ukur. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut cukup dapat dipercaya sebagai alat pengukur data. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Adapun rumus *Cronbach's Alpha* menurut Supranto (2009) adalah sebagai berikut:

Keterangan :

$$r = \left[\frac{K}{(K - 1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \dots\dots\dots (2.2)$$

r = Realibilitas instrumen

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

K = Banyaknya butir instrumen

$\sum \sigma_t^2$ = Varians total

2.10 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Pendekatan *Importance Performance Analysis* digunakan untuk menjawab masalah mengenai sejauh mana tingkat kepuasan pengunjung dibandingkan dengan pelayanan yang diberikan oleh Hotel 88 Embong Malang Surabaya sebagai studi kasus pada penelitian ini. *Importance Performance Analysis* terdiri dari dua komponen yaitu, analisis kesenjangan (*GAP*) dan analisis kuadran. Dengan analisis kuadran dapat diketahui respon pengunjung terhadap atribut dari setiap variabel pelayanan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja atribut tersebut, dan digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut tersebut.

2.11 Analisis Kesenjangan (*GAP Analysis*)

Kualitas pelayanan yang diterima pengunjung adalah kesenjangan antara skor persepsi dan skor harapan yang dapat dihitung dengan rumus:

$$KP = SP - SE \dots\dots\dots (2.3)$$

Dimana :

KP = Kualitas Pelayanan

SP = Skor Presepsi (Kepuasan)

SE = Skor Harapan (Kepentingan)

Menurut Supranto (2009) tingkat kualitas pelayanan dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu:

1. $SP - SE = 0$, maka tingkat kualitas pelayanan yang diberikan sama dengan harapan pengunjung.
2. $SP - SE > 0$, maka tingkat kualitas pelayanan yang diberikan sangat memuaskan pengunjung.
3. $SP - SE < 0$, maka tingkat kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan pengunjung.

2.12 Analisis Kuadran

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dalam artikel "*Importance Performance Analysis*" yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*. Pada teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance-Performance Matrix*, yang mana sumbu x mewakili persepsi pengunjung sedangkan sumbu y mewakili harapan pengunjung. Maka nanti akan didapat hasil berupa empat kuadran sesuai gambar berikut:

Adapun interpretasi dari kuadran matrix *Importance Performance Analysis* tersebut adalah sebagai berikut:

1. Prioritas Utama (*Concentrate Here*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan tamu akan tetapi kinerja Hotel 88 Embong Malang Surabaya

dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

2. **Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)**

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan tamu sehingga Hotel 88 Embong Malang Surabaya wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

3. **Prioritas Rendah (*Low Priority*)**

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh tamu sehingga Hotel 88 Embong Malang Surabaya tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.

4. **Berlebihan (*Possibly Overkill*)**

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh tamu sehingga Hotel 88 Embong Malang Surabaya lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

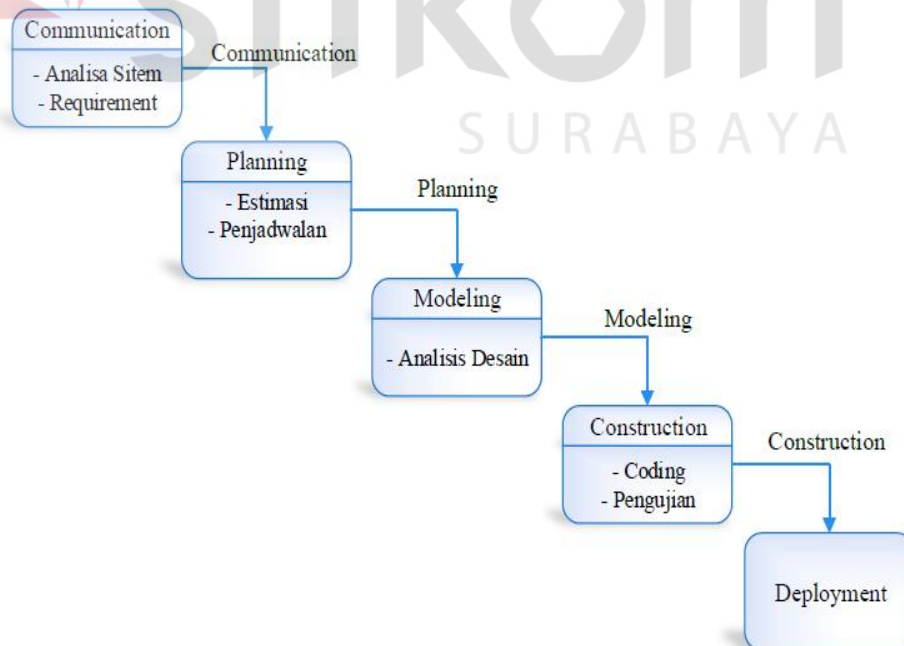
2.13 Website

Menurut Shelly & Vermaat (2010) *web* adalah koleksi dokumen elektronik milik semua orang di dunia yang mengaksesnya melalui internet menggunakan *web* browser. Menurut Simarmata (2010) aplikasi *web* adalah sebuah sistem informasi yang mendukung interaksi pengguna melalui antarmuka berbasis

web. Fitur-fitur aplikasi *web* biasanya berupa data persistence, mendukung transaksi dan komposisi halaman *web* dinamis yang dapat dipertimbangkan sebagai hibridasi, antara hypermedia dan sistem informasi. Aplikasi *web* adalah bagian dari client-side yang dapat dijalankan oleh browser *web*. *Client-side* mempunyai tanggung jawab untuk pengeksekusian proses bisnis.

2.14 System Development Life Cycle (SDLC)

Menurut Pressman (2015) menerangkan bahwa, *System Development Life Cycle* (SDLC) disebut juga dengan model *waterfall* adalah model air terjun kadang dinamakan siklus hidup klasik (*classic life cycle*). Model ini mencakup beberapa fase atau tahapan untuk membentuk suatu sistem. *Waterfall* merupakan model SDLC yang menawarkan pembuatan perangkat lunak secara lebih nyata dengan beberapa tahapan diantaranya spesifikasi kebutuhan pengguna, perencanaan, pemodelan, konstruksi dan *deployment*.



Gambar 2.2 *System Development Life Cycle Model Waterfall Pressman (2015)*

Penjelasan mengenai tahapan SDLC model waterfall adalah sebagai berikut:

A. *Communication*

Langkah pertama diawali dengan komunikasi kepada konsumen/pengguna. Pada langkah ini merupakan langkah yang penting karena menyangkut pengumpulan informasi tentang kebutuhan *user*/pengguna. Langkah-langkah yang dilakukan dalam *communication* adalah seperti analisis kebutuhan bisnis, studi literatur, analisis kebutuhan pengguna, dan analisis kebutuhan perangkat lunak.

B. *Planning*

Langkah kedua yaitu *planning* (perencanaan), pada proses ini merencanakan pengerjaan *software* yang akan dibangun. *Planning* meliputi tugas-tugas yang akan dilakukan mencakup resiko yang mungkin terjadi, hasil yang akan dibuat, dan jadwal pengerjaan.

C. *Modeling*

Langkah ketiga adalah proses *modeling*, proses *modeling* dilakukan setelah proses *communication* dan *planning* telah teridentifikasi. Pada proses *modeling* ini menerjemahkan syarat kebutuhan sistem ke sebuah perancangan perangkat lunak yang dapat diperkirakan sebelum dibuat *coding*. Proses ini berfokus pada rancangan struktur data, arsitektur *software*, dan representasi *interface*.

D. *Construction*

Langkah keempat yaitu proses *construction*, *construction* merupakan proses membuat kode (*code generation*). *Coding* atau pengkodean merupakan

penerjemahan desain dalam bahasa yang bisa dikenali oleh komputer. *Programmer* akan menerjemahkan transaksi yang diminta oleh *user/pengguna*. Tahapan inilah yang merupakan tahapan secara nyata dalam mengerjakan suatu *software*, artinya penggunaan komputer akan dimaksimalkan dalam tahapan ini. Setelah pengkodean selesai maka akan dilakukan *testing* terhadap sistem yang telah dibuat. Tujuan *testing* adalah menemukan kesalahan-kesalahan terhadap sistem tersebut untuk kemudian bisa diperbaiki.

E. *Deployment*

Langkah terakhir yaitu *deployment*, tahapan ini bisa dikatakan final dalam pembuatan sebuah *software* atau sistem. Setelah melakukan analisis, desain dan pengkodean maka sistem yang sudah jadi akan digunakan *user/pengguna*. Kemudian *software* yang telah dibuat harus dilakukan pemeliharaan secara berkala.

2.15 Pemrograman Website

Dalam pemrograman pembuatan website memiliki beberapa konten-konten penting, seperti:

1. Bahasa *Markup* (seperti HTML, XHTML dan XML)
2. Gaya Lembar Bahasa (seperti CSS dan XSL)
3. *Client-side Scripting* (seperti JavaScript dan VBScript)
4. *Server-side Scripting* (seperti PHP dan ASP)
5. Teknologi *Database* (seperti MySQL dan PostgreSQL)
6. Teknologi *Multimedia* (seperti Flash dan Silverlight)

Menurut Peranginangin (2006) PHP merupakan bahasa *pemrograman web* yang didesain khusus untuk membuat halaman *web*. PHP juga merupakan perangkat lunak yang bersifat *open source* yang dapat diperoleh secara gratis dan didistribusikan secara bebas. PHP juga memiliki kelebihan-kelebihan yaitu:

1. PHP berfokus pada pembuatan *script server-side*.
2. PHP dapat digunakan pada semua sistem operasi.
3. PHP dapat mendukung banyak *web server*.
4. PHP memiliki kemampuan untuk mengelola keluaran atau *output*.

2.16 Black Box Testing

Black box testing atau yang biasa disebut sebagai *functional testing* merupakan teknik pengujian yang dilakukan tanpa adanya suatu pengetahuan tentang detail struktur sistem atau komponen yang akan diuji menurut Romeo (2003). *Black box testing* berfokus pada kebutuhan fungsional sistem berdasarkan spesifikasi kebutuhan sistem yang telah ditentukan.

Dengan melakukan pengujian menggunakan *black box testing*, perekayasa perangkat lunak dapat menggunakan kebutuhan fungsional pada suatu program. *Black box testing* dilakukan untuk mengecek kesalahan (*error*) pada suatu perangkat lunak dan mengecek fungsi-fungsi yang diperlukan telah berjalan sesuai dengan yang diharapkan.