

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

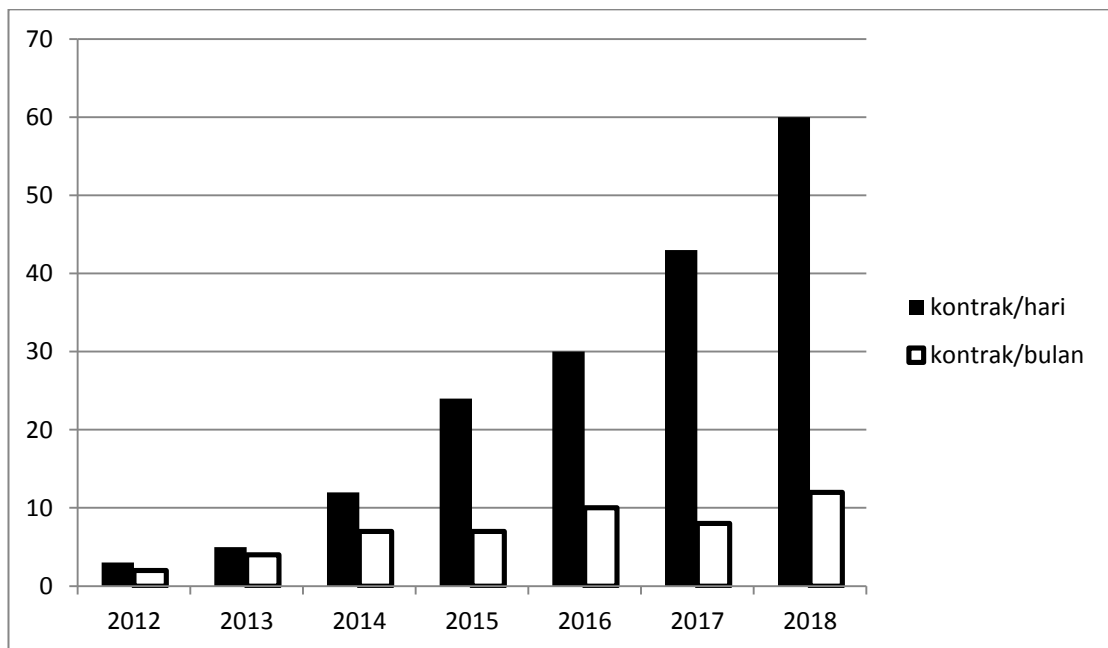
Persaingan dunia bisnis saat ini semakin kompetitif. Inovasi dibutuhkan untuk tetap dapat bersaing di dunia industri. Perusahaan harus dapat mengantisipasi perkembangan bisnis agar dapat tumbuh dan berkembang baik dengan cara melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan.

Persaingan yang pesat pada industri mengharuskan perusahaan untuk selalu menjaga kualitas. Kualitas barang atau jasa pada setiap perusahaan bisa diukur sesuai dengan tingkat kebutuhannya masing-masing, namun untuk kualitas pelayanan hanya dapat diukur oleh pelanggan selaku penerima barang atau jasa. Setiap perusahaan dipastikan memiliki pelanggan yang berbeda-beda. Perusahaan saat ini seharusnya memiliki pandangan bahwa pelanggan merupakan unsur yang sangat penting dalam perkembangan dan kemajuan bisnisnya.

Nukami Entertainment adalah perusahaan dalam bidang *Music Entertainment* yang didirikan pada tahun 2012. Nukami Entertainment memberikan layanan jasa berupa permainan musik untuk setiap kegiatan pada acara seperti pernikahan, pesta ulang tahun, *gathering*, *grand opening*, dan acara lainnya. Pelanggan dari Nukami Entertainment berasal dari kalangan luas, dari bidang perbankan, akademik, *mall center*, dan pelanggan perorangan. Nukami Entertainment melakukan kegiatan pemasaran melalui media sosial berupa

*Facebook, Instagram* dan juga melalui telepon, email yang berupa pesan suara dan pesan singkat. Namun proses pencatatan masih menggunakan cara manual melalui buku. Penggunaan media pemasaran saat ini dirasakan belum bisa menjelaskan informasi lebih lengkap tentang Nukami Entertainment kepada calon pelanggan. Berdasarkan hasil rekap dari data yang tercatat maka didapatkan grafik mengenai seberapa banyak kenaikan pelanggan dari tahun 2012 sampai tahun 2018.

**Tabel. 1.1 Grafik Peningkatan Pelanggan Nukami Entertainment**



Grafik di atas, menggambarkan bahwa setiap pergantian tahun jumlah pelanggan meningkat namun kenaikan dari setiap tahunnya dirasakan belum mencapai kepuasan pada perusahaan Nukami Entertainment. Kondisi ini menyebabkan Nukami Entertainment merasakan perlu adanya terobosan baru dalam melaksanakan pemasaran.

Berdasarkan observasi awal melalui wawancara, Nukami Entertainment menginginkan suatu media pemasaran yang dapat memberikan informasi mutakhir kepada pelanggan dan informasi tersebut dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Selain memberikan informasi yang jelas, pada media pemasaran ini juga dilengkapi dengan fungsi pemesanan jasa secara *online*.

Web kini senantiasa mengalami perkembangan. Melalui penggunaan teknologi web, perusahaan dapat memperoleh *feedback* dari pelanggan untuk mendapatkan informasi yang berguna dalam tujuannya meningkatkan loyalitas pelanggan, memenuhi keinginan pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Konsep perancangan perangkat lunak yang baik, tentunya dapat melibatkan semua aspek. Tingkat keberhasilan perancangan lunak ini dapat ditentukan dari aspek fungsionalitas, kemudahan dan hingga perancangan perangkat lunak ini disukai oleh penggunanya. Salah satu konsep yang fokus pada rancangan desain dari awal sampai akhir pada suatu produk aplikasi hingga *user* menyukai produk tersebut, yaitu: *User Experience* (UX). Menurut Marsh (2015:5) mendesain dengan menggunakan konsep UX, hampir sama prosesnya seperti melakukan penelitian ilmiah, yaitu: melakukan riset, mengembangkan ide untuk mengatasi kebutuhan *user*, dan juga kebutuhan yang diperlukan dalam suatu produk, serta membangun dan mengukur solusi tersebut di dunia nyata untuk melihat apakah solusi tersebut dapat berjalan. Diharapkan produk tidak hanya sebatas memiliki fungsi dan kebutuhan yang sesuai, namun sampai tahap daya saing tinggi dan disukai oleh penggunanya.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka pada skripsi ini akan dilakukan sebuah penelitian dengan judul “Penerapan Konsep *User Experience* pada Perancangan Media Pemasaran Nukami Entertainment”, yang diharapkan akan dapat membantu meningkatkan daya saing Nukami Entertainment.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih sedikit pelanggan Nukami Entertainment.
2. Belum adanya pemanfaatan media promosi berbasis web bagi Nukami Entertainment .
3. Media pemasaran saat ini dirasakan belum mencapai tingkat kepuasan yang tinggi.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Luasnya ruang lingkup permasalahan yang ada , maka penelitian dibatasi agar memperoleh hasil penelitian yang optimal dan terfokus. Batasan masalah dari penelitian ini adalah Media pemasaran Nukami Entertainment berbasis web hanya memuat *prototype* dari sistem dengan menerapkan konsep desain *User Experience (UX)*.

## **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan proses latar belakang masalah, identifikasi, dan pembatasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana menerapkan konsep *User Experience (UX)* pada perancangan Web Nukami

Entertainment yang dapat memberikan kemudahan pada *user* dengan tingkat kepuasan yang tinggi.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Merancang suatu media berbasis *web* Nukami Entertainment dalam membantu menyebarkan informasi dan menyediakan layanan pemesanan.
2. Menerapkan konsep *User Experience (UX)* pada perancangan Web Nukami Entertainment yang dapat menyampaikan informasi.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian yang diharapkan dapat berguna bagi beberapa pihak yang terkait, yaitu :

1. Menambah wawasan dan pengetahuan berkaitan dengan *User Experience (UX)*.
2. Memberikan kemudahan bagi *User* dengan menggunakan sistem informasi berbasis web dari segi kenyamanan dan efektivitas tampilan antarmuka.