

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sistem informasi digambarkan sebagai sebuah kerangka kerja untuk mengubah data dari komputer atau sumber daya manusia menjadi informasi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya (Bari & Kasmawi, 2016). Sistem informasi berbasis web terdiri dari sejumlah elemen input yang diatur sedemikian rupa sehingga dapat menggunakan teknologi web untuk menyediakan informasi sebagai output yang dapat diakses oleh pengguna setiap saat (Oluwatofunmi & Izang, 2018). Sebuah *website* dapat membantu pemasaran produk dengan berfungsi sebagai media promosi dan informasi (Hasugian, 2018). Selain itu, *website* berfungsi sebagai saluran komunikasi antara pengguna dan penyedia layanan (Supriyanti et al., 2017).

Sistem Informasi *Company Profile* merupakan sistem informasi yang tepat untuk mempromosikan dan memperkenalkan bisnis dan layanan mereka kepada pelanggan karena tujuannya yaitu untuk menawarkan rincian tentang bisnis dan penawarannya. Komponen pada *website Company Profile* yang dapat dilihat oleh pelanggan dilengkapi dengan fitur layanan, portofolio perusahaan, galeri, publikasi, dan kontak perusahaan (Damara & Arribe, 2023).

Sistem informasi membutuhkan interaksi pengguna untuk menghasilkan input dan output yang berinteraksi secara fisik, kognitif, dan perseptual dikenal sebagai *User Interface* (UI) (Fitriawan, 2022). UI yang mudah digunakan pengguna adalah bagian dari komputer dan periferal yang dapat dilihat, disentuh, diraba, dan dirasakan, baik secara diam-diam maupun selama proses tertentu (Puspa et. al., 2019). UI produk digital adalah representasi visual yang biasanya digunakan dalam aplikasi atau situs *web*. Dengan menciptakan UI yang dirancang dengan baik, UX diperlukan untuk menentukan arsitektur informasi. (Nurtsani & Sarvia, 2022).

Desain *User Experience* (UX) adalah metodologi pemecahan masalah yang memprioritaskan kebahagiaan pengguna selama proses desain aplikasi (Lim K. H. & Setiyawati N., 2022). Selain itu, tujuan desain UX adalah untuk menyelidiki kebutuhan, mengidentifikasi masalah, dan menyelidiki masalah konsumen untuk

lebih memahami kebutuhan pengguna, meningkatkan kualitas, dan mengembangkan desain aplikasi yang sesuai dengan target pengguna (Setiawansyah et al., 2021).

Perancangan UI dan UX *website* CV Putra Jaya Mandiri menggunakan Metode *Design Thinking* yang terdiri atas 5 tahap, yaitu *Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test*. *Design thinking* adalah metode desain yang berpusat pada manusia yang secara kreatif memecahkan masalah dengan melibatkan pengguna dalam pemikiran dan menggunakan perspektif pengguna sebagai fokus utama pemecahan masalah (Rachman et al., 2023). Menurut R. F. Dam et al., (2018) dalam Arifah et al., (2023) *Design Thinking* adalah proses berulang dan melalui metode itu desainer dapat memahami kebutuhan pengguna, menerima tantangan pengguna, dan mendefinisikan kembali masalah yang dihadapi pengguna, mencoba menemukan strategi dan solusi alternatif. Keunggulan dari proses *Design Thinking* adalah bahwa proses ini dapat menghasilkan ide-ide kreatif saat bergerak melalui tahapan ide, inspirasi, dan implementasi. Dalam proses menghasilkan konsep-konsep baru dan menyelidiki solusi baru, desainer akan sering melalui setiap siklus lebih dari sekali (Prasetyo et. al., 2021).

Dalam kasus tertentu, beberapa perusahaan belum memiliki *Company Profile website*-nya sendiri sebagai sistem informasi salah satunya adalah CV Putra Jaya Mandiri sehingga pelanggan yang ingin membeli produk atau menggunakan jasa konstruksi dari CV Putra Jaya Mandiri hanya dapat melalui toko *offline* atau informasi melalui kartu nama. Alasan lain *company profile* yang harus dikembangkan adalah ketika suatu saat perusahaan ingin melakukan tender terhadap salah satu proyek, syarat minimal dalam tender tersebut adalah perusahaan harus memiliki *company profile*. Namun, di tengah teknologi yang semakin berkembang, gaya hidup masyarakat juga ikut berubah dengan menginginkan segalanya menjadi serba praktis. Oleh karena itu, CV Putra Jaya Mandiri dapat memperluas jangkauan pemasaran dengan membuat *website*-nya sendiri dalam memberikan informasi dan hasil-hasil jasa yang telah dikerjakan dengan pelanggan serta mitra bisnisnya.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan pemilik CV ini, yaitu Bapak Agus Setiadi mengatakan bahwa sebagai penyedia jasa konstruksi dan bangunan yang ia

miliki ini, ingin diperkuat pada pemasaran jasanya dan memperluas lebih banyak pelanggan melalui media digital yang memadai, karena CV Putra Jaya Mandiri sendiri hanya menggunakan kartu nama sebagai media informasi perusahaan yang tentunya sangat terbatas. Oleh karena itu, sebuah prototipe *company profile* berbasis *website* diperlukan untuk pengembangan informasi perusahaan di masa depan.

Selain itu, terdapat beberapa permasalahan lain yang membuat kebutuhan untuk pembuatan *website* ini semakin kuat yaitu banyaknya pesaing di bidang yang sama. Pak Agus mengatakan bahwa memang perusahaan seharusnya dapat membuat calon pelanggan merasa puas dan menggunakan jasanya jika ada sebuah *website* yang berkualitas dapat memperlihatkan karya-karya atau hasil proyek kerja yang sudah dikerjakan oleh perusahaan sehingga para calon pelanggan tersebut dapat melihat serta percaya untuk menggunakan jasa perusahaan.

Hal tersebut dapat diperkuat berdasarkan penelitian riset dari Chang et al., (2014) yang menyatakan bahwa kualitas *website* dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, dan hubungan ini dapat dimediasi melalui kepercayaan, yang dipandang sebagai mediator yang diperlukan. Hal tersebut juga diperkuat dengan adanya riset penelitian dari Oktariani et al., (2022) bahwa *Website design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-satisfaction atau kepuasan psikologis yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan suatu produk atau layanan salah satunya yaitu *website*.

Tentunya dengan adanya sistem informasi yang berbasis *website* ini akan menjadi nilai tambah pada CV Putra Jaya Mandiri karena dengan adanya *website* ini, tentunya akan membantu para calon pelanggan untuk melihat informasi secara baik dan menentukan pilihan dalam menggunakan jasa konstruksi dan bangunan di CV Putra Jaya Mandiri serta menambah kepercayaan pelanggan dalam persaingan bisnis di bidang ini.

Transisi penggunaan media digital saat pandemi COVID-19 menjadi kendala awal dan kurang memanfaatkan media digital sebagai sistem promosi atau sistem informasi perusahaan dalam menyebarkan informasi dan menawarkan jasa kepada pelanggan. Pak Agus mengatakan bahwa perusahaan kurang sadar terhadap pentingnya transisi ini dan masih menggunakan cara lamanya yaitu menggunakan kartu nama saja sebagai media informasi sehingga kurang dilirik oleh para calon

pelanggan. Karena pandemi tersebut, perusahaan menjadi terhambat karena kurangnya promosi dan pemanfaatan media digital sebagai sistem informasi perusahaan.

Sementara itu, cara perusahaan dalam menggapai para pelanggan yaitu melalui *door to door* dan melalui percakapan antar pelanggan saja dinilai masih kurang dalam penyebaran informasi di jaman yang serba digital seperti sekarang ini sehingga diperlukan sistem informasi ini agar dapat memperluas jangkauan pelanggan dan mendapatkan kepercayaan lebih baik karena semua informasi dapat terlihat di *website*. Dan melalui sistem tersebut, para pelanggan tetap ingin memberikan rekomendasi jasa kontruksi dan bangunan CV Putra Jaya Mandiri kepada pelanggan lain dengan media digital yang memberikan informasi produk, jasa yang ditawarkan, serta testimoni para pelanggan dan juga para mitra bisnis yang pernah bekerja sama dengan perusahaan. Tentunya, dengan adanya sistem informasi yang terstruktur dengan baik dan detail mengenai perusahaan akan membuka serta meningkatkan peluang bisnis perusahaan untuk dapat bekerja sama dengan mitra bisnis yang lebih besar. Oleh Karena itu, untuk mengatasi permasalahan yang ada, CV Putra Jaya Mandiri perlu membuat sebuah rancangan *User Interface* dan *User Experience* sistem informasi berbasis *website* sebagai media digital untuk memenuhi tujuannya.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka peneliti membuat penelitian untuk mencari kebutuhan user/pelanggan terhadap sistem informasi di CV Putra Jaya Mandiri serta memberikan rekomendasi desain *User Interface* yang memperhatikan *User Experience* yang baik. Maka dari itu, penelitian ini diberikan judul **“Pengembangan *User Interface* Dan *User Experience Company Profile* Berbasis *Website* Pada CV Putra Jaya Mandiri Dengan Metode *Design Thinking*”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu :

1. CV Putra Jaya Mandiri belum memiliki *Company Profile* sebagai sistem informasi berbasis *website*.

2. CV Putra Jaya Mandiri kurang memanfaatkan media digital yang memadai.
3. CV Putra Jaya Mandiri memiliki banyak pesaing bisnis di bidang yang sama.
4. Transisi penggunaan media digital saat pandemi COVID-19 menjadi kendala awal dan kurang pemanfaatan media digital sebagai sumber informasi.
5. Cara melalui *door to door* dan melalui percakapan antar pelanggan saja dinilai masih kurang dalam penyampaian informasi perusahaan secara menyeluruh.
6. CV Putra Jaya Mandiri belum memiliki rancangan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) sehingga diperlukan untuk merancang *company profile* berbasis *website*.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, masalah dapat beri batasan, yaitu :

1. Perancangan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) *Company Profile* berbasis *website* dibuat menggunakan Figma dalam bentuk *Prototype High – Fidelity (Hi-Fi)* dengan Metode *Design Thinking*.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu “Bagaimana merancang *User Interface* Dan *User Experience Company Profile* Berbasis *Website* Pada CV Putra Jaya Mandiri Dengan Metode *Design Thinking*”.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk membuat rancangan (*Prototype*) desain *User Interface* dan *User Experience* pada *Company Profile* berbasis *website* menggunakan metode *Design Thinking*, sehingga dikemudian hari rancangan ini dapat dikembangkan kembali menjadi sistem informasi berbasis *website* yang sesungguhnya.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hal-hal di atas, maka manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan gambaran berupa tampilan Purwarupa/*Prototype* yang nantinya akan membantu pengembangan aplikasi berbasis *website* ini menjadi nyata
2. *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) yang dibuat ditujukan untuk kemudahan *user* (pelanggan) dalam mengakses informasi dari CV Putra Jaya Mandiri.
3. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau acuan untuk penelitian berikutnya dalam mengembangkan suatu sistem pemesanan ataupun referensi menggunakan metode *Design Thinking*.
4. Penelitian memberikan keterampilan dan pembelajaran atau ilmu baru mengenai topik yang diteliti yaitu pengembangan *User Interface* dan *User Experience*.
5. Penelitian dapat memberikan sumber bacaan mengenai topik pengembangan *User Interface* dan *User Experience* bagi para pembaca yang ingin mengembangkan produk yang sama.