

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era sekarang *brand* dari suatu produk ataupun perusahaan sangat penting untuk membangun kepercayaan pelanggan, penggunaan promosi menggunakan platform Instagram dan Whatsapp dirasa masih sangat kurang untuk membangun kepercayaan tersebut, oleh karena itu untuk meningkatkan brand identity suatu perusahaan dibuat website *company profile*. *Company profile* berisi informasi mengenai perusahaan tersebut sebagai bentuk promosi kepada pembaca.

Adapun *coffee shop* yang berada di Utan Kayu yang dekat dengan Kampus Universitas Negeri Jakarta menjadi tempat untuk saling berkumpul para mahasiswa dan juga para pekerja. Tidak hanya menikmati kopi, para pengunjung juga biasanya memanfaatkan *coffee shop* tersebut sebagai tempat bermain game ataupun hanya sekedar ngobrol satu sama lain. Beraja Kopi mempunyai konsep yang hampir mirip dengan *coffee shop* lain, terdapat berbagai jenis kopi yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia, hal yang membedakan dari tempat ini adalah tersedianya makanan berat seperti nasi bebek, soto dan lain sebagainya.

Beraja Kopi didirikan oleh 4 orang pada tahun 2020 lalu, dari segi promosi sampai saat ini dilakukan dengan cara membuat konten di *Instagram* dan platform komunikasi seperti *whatsapp*, promosi tersebut sudah berjalan kurang lebih 2 tahun, namun promosi tersebut dirasa kurang efektif untuk mengenalkan Beraja Kopi kepada pelanggan.

Maka untuk menarik calon pelanggan dan memberikan kepercayaan para pelanggan yang sudah pernah datang ke Beraja Kopi, peneliti akan merancang UI dan UX pada website *company profile cafe* tersebut.

Berikut adalah beberapa alasan user mengapa *company profile* sangat penting bagi sebuah *coffee shop* :

1. Memperkenalkan *coffee shop* kepada pelanggan potensial: *Company profile* dapat membantu *coffee shop* untuk memperkenalkan dirinya kepada pelanggan potensial. Dalam *company profile*, *coffee shop* dapat menjelaskan tentang produk kopi yang mereka tawarkan, lokasi *coffee shop* , dan layanan yang tersedia. Dengan demikian, pelanggan potensial dapat memahami lebih baik

tentang *coffee shop* dan mengetahui apa yang dapat mereka harapkan saat mengunjungi *coffee shop* tersebut.

2. Meningkatkan kepercayaan pelanggan: *Company profile* dapat membantu untuk membangun citra positif tentang *coffee shop*. Dalam *company profile*, *coffee shop* dapat menjelaskan tentang sejarah *coffee shop*, visi dan misi *coffee shop*, dan nilai-nilai yang dipegang oleh *coffee shop*. Dengan demikian, pelanggan dapat merasa lebih percaya dan merasa lebih baik tentang membeli produk kopi dari *coffee shop* tersebut.
3. Menunjukkan keunikan dari *coffee shop*: *Company profile* dapat membantu *coffee shop* untuk menunjukkan keunikan dan nilai tambah dari *coffee shop* mereka. *Coffee shop* dapat menjelaskan tentang cara mereka membuat kopi, bahan-bahan yang mereka gunakan, dan pengalaman unik yang dapat didapatkan pelanggan saat berkunjung ke *coffee shop* tersebut. Dengan demikian, *coffee shop* dapat menarik perhatian pelanggan dan membedakan diri dari pesaing lainnya.

Ada beberapa aspek yang dibutuhkan dalam perancangan sebuah website *company profile coffee shop* Beraja Kopi, salah satunya adalah *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) yang merupakan aspek penting dalam desain website karena dapat meningkatkan keterlibatan pengguna, meningkatkan kepercayaan pengguna, meningkatkan reputasi brand dan mengurangi biaya. Desain website yang baik harus menempatkan pengalaman pengguna sebagai prioritas utama dan menciptakan antarmuka yang intuitif dan menarik bagi pengguna.

Metode *User Centered Design* (UCD) menjadi pilihan yang tepat untuk penelitian ini karena fokusnya yang kuat pada kebutuhan pengguna. Website yang dirancang dengan UCD cenderung lebih mudah digunakan dan lebih efektif dalam mencapai tujuan bisnis. Dalam perancangan desain UI/UX, UCD membantu untuk memastikan bahwa pengguna akan merasa nyaman dan mudah website yang dibuat. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi pengguna, peneliti dapat membuat website yang mudah dipahami dan navigasi yang intuitif. Selain itu, UCD juga membantu dalam meningkatkan keterlibatan pengguna dengan website. Dengan menggunakan pendekatan UCD, peneliti dapat merancang website yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pengguna. Hal ini dapat

membantu meningkatkan kepuasan pengguna dan memperpanjang waktu tinggal mereka di website.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan tersebut, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. *Coffee shop* Beraja Kopi saat ini belum mempunyai *company profile* berbasis *website*.
2. *Coffee shop* Beraja Kopi membutuhkan *website* untuk memudahkan pelanggan dalam mendapatkan pelayanan informasi tentang *Coffee shop* Beraja Kopi.
3. *Coffee shop* Beraja Kopi belum mempunyai rancangan desain *user interface* dan *user experience* untuk sistem informasi manajemen hubungan pelanggan *Coffee shop* Beraja Kopi.

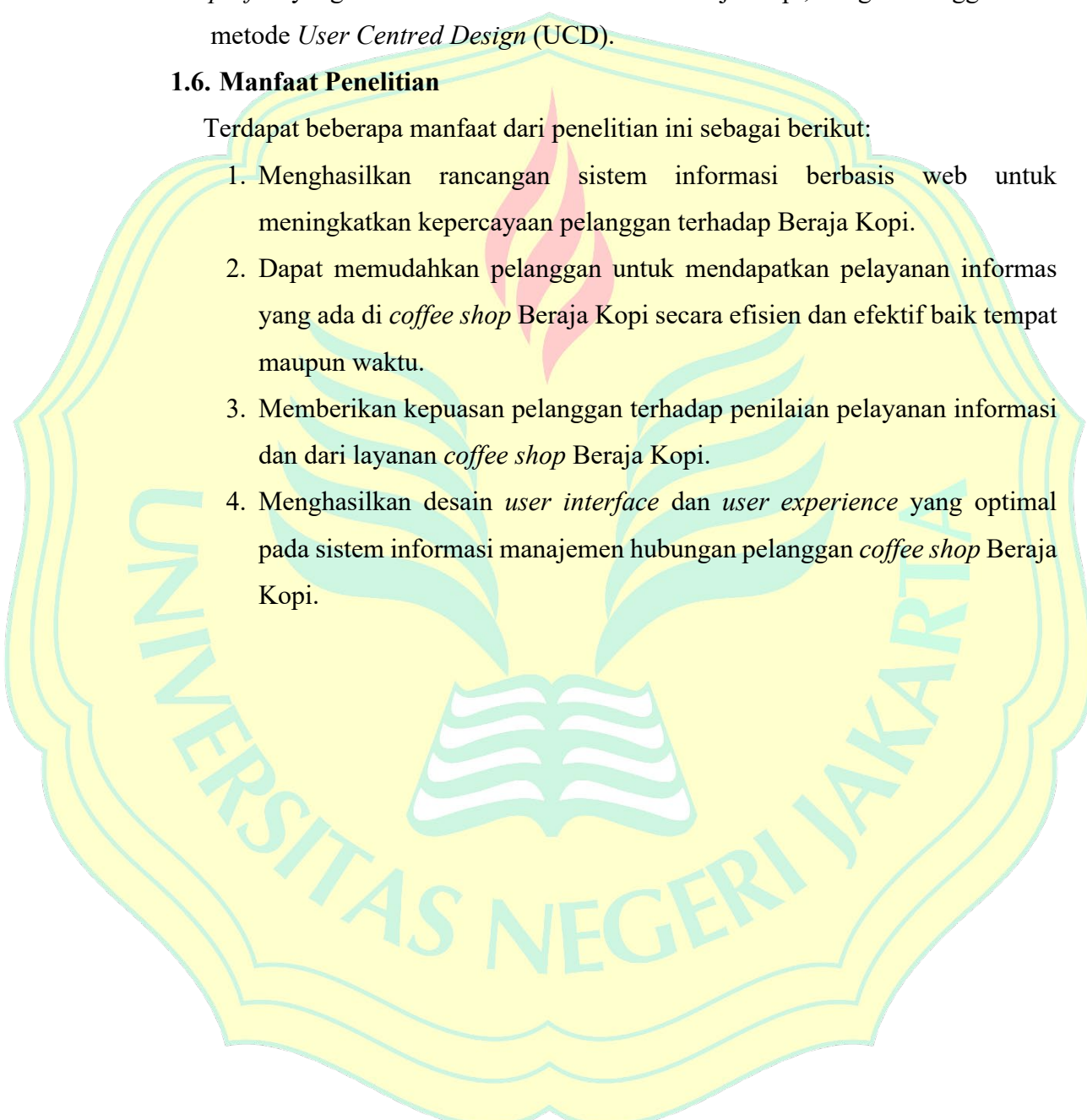
1.3. Pembatasan Masalah

Untuk menjaga agar tidak berkembangnya suatu permasalahan dan keterbatasan waktu yang ada, maka pembatasan perlu dilakukan agar tetap sejalan dengan judul yang telah dibuat, maka penelitian ini dibatasi hanya pada:

1. Penelitian dilakukan pada *coffee shop* BERAJA KOPI yang berlokasi di Jl.Pengayoman No.3, RT.7/RW.8, Utan Kayu Utara, Kec. Matraman, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13120.
2. *Company Profile* berbasis *website* secara kolaborasi dikerjakan oleh tim yang terdiri dari 3 orang, peneliti merancang desain *user interface* dan *user experience*.
3. Penelitian ini menggunakan metode *user centered design*.
4. Peneliti merancang *user interface* dan *user experience* pada sistem informasi berbasis *website* dan bertujuan menghasilkan *Prototype High-fidelity* dengan menggunakan program figma.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan proses latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah dijabarkan, maka dapat dirumuskan masalah, yaitu: “Bagaimana cara merancang UI dan UX pada *company profile* berbasis

website untuk *coffee shop* Beraja Kopi dengan menggunakan metode *User Centred Design* (UCD)”.


1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk merancang UI dan UX pada *company profile* yang berbasis website untuk Cafe Beraja Kopi, dengan menggunakan metode *User Centred Design* (UCD).

1.6. Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menghasilkan rancangan sistem informasi berbasis web untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap Beraja Kopi.
2. Dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan informasi yang ada di *coffee shop* Beraja Kopi secara efisien dan efektif baik tempat maupun waktu.
3. Memberikan kepuasan pelanggan terhadap penilaian pelayanan informasi dan dari layanan *coffee shop* Beraja Kopi.
4. Menghasilkan desain *user interface* dan *user experience* yang optimal pada sistem informasi manajemen hubungan pelanggan *coffee shop* Beraja Kopi.