

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sanggar semakin berkembang karena kemudahan mendapatkan informasi dan banyaknya ragam budaya yang terekspos, mulai dari budaya asing hingga lokal sehingga semakin banyak jenis sanggar yang beradaptasi dengan minat pelanggan. Namun, masih banyak sanggar yang tidak terekspos karena kurangnya pemasaran dan kreativitas dalam mempromosikan sanggar mereka. Sanggar adalah tempat untuk kegiatan seni (KBBI, 2008: 1261). Jenis sanggar budaya dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu, sanggar seni budaya biasanya digunakan untuk belajar seni budaya, Sanggar kerja biasanya digunakan untuk bertukar pikiran perihal pekerjaan, sanggar anak digunakan untuk anak-anak belajar sesuatu hal di luar kegiatan sekolah (Tarbiyah & Keguruan, 2023: 45).

Sanggar pengantin yang digunakan untuk kegiatan-kegiatan pengantin seperti penyewaan pakaian adat, rias pengantin, dekorasi pelaminan, hingga penyediaan perlengkapan upacara adat pernikahan. Sanggar pengantin biasanya menyediakan layanan lengkap yang meliputi berbagai aspek kebutuhan pernikahan tradisional, sehingga pasangan pengantin dapat merayakan momen spesial mereka. Begitu juga dengan sanggar pengantin Lyn, yang merupakan sebuah sanggar rumahan yang awalnya didirikan oleh Ibu Lomih pada tahun 2000. Pada tahun 2018, sanggar ini diteruskan oleh Ibu Tunih dan Ibu Anisa, yang merupakan anak-anak Ibu Lomih. Sebelumnya, sanggar ini tidak memiliki identitas yang jelas, sehingga diganti nama menjadi Sanggar Lyn. Sanggar ini merupakan usaha rumahan, dan fasilitas baju pengantin yang disediakan belum bervariasi. Sanggar ini berlokasi di Jl. RA Kartini, Gang Ranun II, Kota Bekasi, Jawa Barat. Sanggar Lyn fokus pada tata rias dan penyewaan busana pengantin. Salah satu tujuan peneliti adalah untuk mengembangkan sanggar ini dan mencoba menyesuaikan dengan evolusi jaman.

Perkembangan Teknologi Informasi begitu pesat sehingga sebagai generasi penerus dapat mengikuti perkembangan jaman kata Teknologi dan Informasi memiliki sejumlah terminologi. Istilah ini sering digunakan dalam dunia pendidikan dengan sebutan pendidikan teknologi, teknologi pendidikan, teknologi informasi, informasi dan teknologi komunikasi, teknologi bidang pendidikan,

teknologi baru bidang Pendidikan, keterampilan informasi, informasi buta aksara, dan informasi belajar. Kadang-kadang terminologi ini dikaitkan dengan keterampilan komputer, keterampilan komunikasi, komunikasi belajar, jelaslah kata terminologi ini sering membingungkan (Setiyawan, 2018:63). Sistem informasi adalah kumpulan antara sub-sub sistem yang salings berhubungan yang membentuk suatu komponen yang didalamnya mencakup input-proses-output yang berhubungan dengan pengolahan informasi (data yang telah diolah sehingga lebih berguna bagi user) (Hartono, 2021). Pengertian *Website* adalah kumpulan halamanhalaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (Manullang et al., 2021: 45).

Kemajuan teknologi dapat menarik pasar dan menciptakan hal baru dalam melestarikan budaya lokal dengan memadukan antara budaya lokal dengan kemajuan teknologi sebagai media promosi (Puspitorini et al., 2022: 50). Promosi adalah kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, memengaruhi, menarik, serta membangun ikatan dengan target pasar terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Melalui promosi, diharapkan konsumen tidak hanya tertarik tetapi juga bersedia untuk membeli produk serta menjadi pelanggan yang setia. Promosi adalah salah satu rencana untuk mencapai target mendapatkan pelanggan agar sanggar yang peneliti buat lebih dikenal oleh Masyarakat. Untuk mempermudah dalam mencari contoh baju pengantin maka peneliti membuat foto katalog agar pelanggan dapat melihat contoh baju yang ada di sanggar Lyn. Katalog digunakan untuk mempromosikan berbagai jenis barang, seperti perlengkapan rumah tangga, kosmetik, bahkan mobil (Rustriani et al., 2021)

Permasalahan yang ada di sanggar Lyn dalam melanjutkan usaha yang dirintis salah satunya yaitu dari data pelanggan yang tertera terdapat penurunan pelanggan dari tahun 2018 sampai dengan 2024 selain melihat data pelanggan peneliti juga melakukan wawancara dengan pemilik mengenai permasalahan yang ada di sanggar Lyn dan pelanggan yang didapatkan selama 1 bulan yaitu 5 sampai 6 orang sebelum terjadinya covid dikarenakan adanya covid sehingga membuat pelanggan berkurang setiap tahunnya, karena zaman semakin berkembang sehingga

banyaknya yang membuka sanggar membuat sanggar Lyn tetinggal karena banyaknya pesaing-pesaing yang menggunakan teknologi dan informasi digital, mudah diakses pelanggan agar mempermudah pelanggan dalam melihat katalog sanggar Lyn, kurangnya koleksi baju dan aksesoris adat dalam sanggar Lyn juga berpengaruh karena pelanggan tidak memiliki banyak pilihan dalam memilih karena kurangnya pelanggan akhirnya sanggar Lyn melakukan promosi dari mulut ke mulut, melalui Instagram, Selain itu sanggar pengantin ini telah melakukan promosi melalui media digital dan cetak, namun belum berhasil menarik minat pelanggan.

Sanggar Lyn belum memiliki katalog berbasis website, hal ini mendorong peneliti dan pemilik Sanggar Lyn untuk mengembangkan katalog sebagai media promosi berbasis website agar lebih efisien, dengan tujuan meningkatkan daya tarik serta menciptakan citra yang lebih profesional. Perkembangan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan menuntut para penggiat usaha semakin kreatif dalam memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan bisnis yaitu salah satunya bisnis usaha sanggar pengantin (Efendi & Karim, 2024). *Website* merupakan peran penting bagi usaha kecantikan dalam website dapat mendapatkan informasi berguna bagi pelanggan. Misalnya, pelanggan dapat mengakses informasi mengenai berbagai layanan kecantikan yang ditawarkan, tips perawatan kulit, artikel kecantikan, hingga ulasan tentang produk kecantikan tertentu, sebagai sarana promosi dan pemasaran usaha kecantikan dapat mempromosikan produk atau layanan mereka lebih luas. *Website* dapat menampilkan foto-foto hasil make up, penawaran spesial, dan testimoni pelanggan yang puas, Fasilitas *Booking Online* dengan adanya website, pelanggan dapat dengan mudah melakukan pemesanan atau reservasi layanan kecantikan, seperti perawatan wajah, rambut, atau spa, tanpa perlu menghubungi langsung melalui telepon.

Media Promosi yang akan peneliti lakukan dalam bentuk *website* yang dapat diakses menggunakan telepon genggam ataupun Komputer/Laptop, dengan harapan. *Website* yang peneliti buat dapat menjadi sarana promosi yang menarik. Diharapkan dengan adanya perancangan media promosi tersebut, masyarakat luas akan dapat mengetahui informasi mengenai Sanggar Lyn, sehingga dapat dikenal dengan luas dan informatif.

Pemasaran melalui *website* sebagai media digital memberikan keuntungan karena memungkinkan pemilihan dan pemahaman yang lebih tepat mengenai

demografi, minat, dan perilaku audiens target melalui berbagai alat riset pasar dengan menggunakan platform digital seperti media sosial, email, dan mesin pencari, bisnis dapat berkomunikasi langsung dengan audiens, mempersonalisasi pesan, dan meningkatkan keterlibatan, semua keuntungan ini, pemasaran digital menjadi pilihan utama bagi banyak bisnis dalam mencapai audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Penelitian ini sangat penting karena pesatnya perkembangan teknologi telah memperketat persaingan antar sanggar pengantin. Jika Sanggar Lyn tidak mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi, ada kekhawatiran bisnis ini akan terancam tutup. Oleh karena itu, sanggar Lyn berupaya untuk mengikuti perkembangan teknologi agar dapat terus berkembang dan lebih maju. Manfaat yang diperoleh Sanggar Lyn melalui pengembangan katalog berbasis website meliputi peningkatan eksposur bisnis, kemudahan dalam menjangkau lebih banyak pelanggan, serta penyampaian informasi yang lebih efisien dan profesional. Selain itu, katalog digital ini memungkinkan Sanggar Lyn untuk memperbarui konten secara langsung, menampilkan portofolio layanan secara lebih menarik, dan memperkuat interaksi dengan calon pelanggan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan memperkokoh citra bisnis di tengah persaingan yang semakin intens.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pembuatan Katalog berbasis website Sanggar Lyn sebagai media promosi dan menguji kelayakan katalog website

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan yang didapat sebagai berikut:

1. Bagaimana mengembangkan *website* katalog sanggar Lyn yang layak dan praktis?
2. Apakah *Website* Katalog Sanggar Lyn layak untuk digunakan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan *website* sebagai media promosi sanggar lyn.
2. Untuk menguji apakah *website* sanggar lyn ini layak untuk digunakan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Membantu dalam pengembangan teori pembelajaran, dalam konteks pengembangan *website* katalog.

2. Penelitian ini dapat menambah literatur mengenai implementasi teknologi informasi, khususnya dalam pengembangan *website* untuk tujuan promosi bidang usaha kecantikan
3. Memberikan solusi konkret untuk mempromosikan Sanggar Lyn melalui *platform online*.



Intelligentia - Dignitas