

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Melalui wawancara yang penulis telah lakukan dengan salah satu pemilik dari *coffee shop* yaitu sodari Meyliana, didapati data bahwa Beraja Kopi didirikan oleh 4 orang pada tahun 2020 lalu, dari segi promosi sampai saat ini dilakukan dengan cara membuat konten di *Instagram* dan *WhatsApp*, promosi tersebut sudah berjalan kurang lebih 2 tahun, dengan hanya menggunakan dua media sosial tersebut, pemilik *coffee shop* merasa penggunaan media promosi tersebut belum mampu untuk memberikan informasi yang menyeluruh tentang *coffee shop* kepada pelanggan.

Sesuai dengan era teknologi sekarang dimana fasilitas internet sangat berkembang, maka promosi melalui media ini sangat perlu seiring perkembangan teknologi komunikasi. Media Internet dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap sebuah bisnis (Desfadlianto, 2015).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Chikameirani Adhanisa, 2017) dan (Aulia Fitri, 2020) memang terdapat pembatasan penyajian informasi dan keterbatasan promosi ketika menggunakan media sosial *Instagram* dan *Whatsapp*. Oleh karena itu, peneliti ingin merancang suatu sistem informasi berbasis web yaitu *website company profile* karena website dapat menjangkau semua kalayak dan di era digital ini lebih mudah memberikan Informasi (Desfadlianto, 2015) sehingga diharapkan akan membantu pemilik *coffee shop* tersebut untuk meningkatkan *brand identity* dari kedainya.

Namun, dalam penelitian ini, penulis hanya berfokus pada pengembangan bagian *front-end website company profile* Beraja Kopi. Bagian *front-end* ini berperan penting sebagai antarmuka pengguna yang akan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Selain itu, desain *front-end* yang baik akan memberikan panduan yang jelas bagi *developer back-end* dalam membangun keseluruhan fungsionalitas *website*.

Berikut beberapa alasan mengapa *front-end* dalam *website company profile* penting untuk *coffee shop* seperti Beraja Kopi:

1. Mengenalkan Profil Cafe kepada Calon Pelanggan: Melalui tampilan yang interaktif dan informatif, *front-end* dari *website company profile* dapat membantu Beraja Kopi lebih mudah dikenal oleh calon pelanggan. Informasi tentang produk kopi, lokasi cafe, dan kontak yang dapat dihubungi akan disajikan dengan baik sehingga calon pelanggan dapat lebih memahami Beraja Kopi sebelum mereka memutuskan untuk mengunjungi *cafe* tersebut.
2. Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan: *Front-end* yang didesain secara baik akan menciptakan kesan pertama yang positif. Melalui desain yang menarik dan penyajian informasi yang jelas seperti menu, lokasi, dan ulasan pelanggan, calon pelanggan akan merasa lebih percaya terhadap kualitas dan reputasi *coffee shop*. Hal ini akan membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat *brand identity* dari Beraja Kopi.

Dengan demikian, perancangan *front-end website company profile* ini diharapkan mampu menjadi solusi untuk tantangan promosi Beraja Kopi yang selama ini hanya mengandalkan media sosial *Instagram* dan *Whatsapp* yang mempunyai berbagai keterbatasan dalam penyampaian informasi .

Website ini tidak hanya akan menjadi media untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sarana promosi *coffee shop* dengan memperkuat identitas dan reputasi *coffee shop* di mata masyarakat, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pelanggan *coffee shop*.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

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

1. Saat ini *coffee shop* Beraja Kopi melakukan promosi hanya menggunakan media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* dimana informasi yang disampaikan terbatas.
2. Beraja Kopi membutuhkan online *Company profile* berupa *website*.

3. Saat ini Beraja Kopi belum mempunyai *front-end Company profile* berbasis *website*.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini menggunakan metode pengembangan *Prototype* dan hanya menghasilkan *front-end* dari *website company profile* Beraja Kopi.

### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan proses latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah dijabarkan, maka dapat dirumuskan masalah, yaitu: “Bagaimana merancang *front-end website company profile* untuk *coffee shop* Beraja Kopi dengan menggunakan metode *prototype*”.

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan *front-end* berbasis *website* yang mampu untuk meningkatkan kepercayaan terhadap *coffee shop* sehingga diharapkan mendatangkan lebih banyak pelanggan untuk Beraja Kopi.

### 1.6 Manfaat Penelitian

#### a. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti yaitu memberikan pengalaman dalam mengembangkan suatu *website*, terkhusus dalam bagian *front-end*.

#### b. Bagi Akademisi dan Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi akademisi dan mahasiswa yang tertarik mempelajari lebih lanjut tentang pengembangan *website* bagian *front-end*, terutama dalam konteks bisnis kecil atau menengah.

#### c. Bagi Pengguna

Manfaat penelitian ini bagi pengguna yaitu memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam mengakses *website coffee shop* guna menemukan informasi tentang *cafe*.

#### d. Bagi Beraja Kopi

Manfaat penelitian ini bagi *coffee shop* Beraja Kopi yaitu Beraja Kopi memiliki *front-end website company profile* yang berisikan informasi yang cukup lengkap sehingga dapat membuat Beraja Kopi semakin dikenal.