

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat, terutama dalam dunia pendidikan, di mana sangat penting terutama sebagai media penyebaran informasi. Dengan teknologi saat ini, informasi dapat diakses dengan sangat cepat dimanapun dan kapanpun asalkan terhubung dengan jaringan internet [1]. Perkembangan informasi yang sangat cepat di internet menyebabkan kebutuhan manajemen informasi yang baik dan efisien, bermula dari kebutuhan tersebut muncullah CMS (*Content Management System*) [2]. CMS merupakan aplikasi perangkat lunak yang berfungsi untuk mengelola berbagai jenis konten digital, mencakup gambar, suara, video, teks, dan beragam file komputer lainnya. Dikembangkan sebagai aplikasi berbasis *web*, CMS dibangun menggunakan bahasa pemrograman yang memiliki kapabilitas dalam pengembangan *web* [3].

CMS memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mengelola dan memodifikasi konten tanpa perlu memiliki latar belakang pengetahuan teknis. Dengan begitu, semua pengguna dengan bebas membuat, menghilangkan, atau memperbarui konten kapan saja tanpa memerlukan intervensi langsung [4]. Aplikasi CMS ini biasanya mencakup fitur-fitur penting seperti pengelolaan stok, menu, pemesanan yang dapat memantau serta mengatur operasional secara *real-time* dan menyediakan layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan [5].

Untuk memfasilitasi pengelolaan konten yang efisien, CMS dilengkapi dengan komponen *backend* yang merupakan sejumlah alat yang memungkinkan admin atau editor untuk membuat, mengedit, dan menghapus konten dari situs *web* secara sistematis [6]. Berbagai *platform* CMS yang tersedia saat ini dijelaskan dalam publikasi berjudul “Rancang Bangun E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) Untuk Meningkatkan Pemasaran dan Hasil Penjualan Jamur Merang” di latar belakang oleh adanya kendala dalam mengelola produk dan persediaan, serta belum memiliki sistem yang memudahkan pembaruan informasi produk [7]. *Content Management System* (CMS) juga dapat digunakan di lingkungan *startup* untuk mendukung kegiatan operasional.

Ngolab merupakan *startup* inovatif yang mengintegrasikan layanan F&B dengan konsep ruang kerja bersama skala mikro, didukung oleh ekosistem digital terintegrasi. Ngolab menjalankan dua lini bisnis utama yaitu Ngolab Cowork yang menyajikan fasilitas kerja berteknologi modern, serta Ngolab Express yang menawarkan solusi makanan berkualitas dengan harga terjangkau bagi civitas akademika. Meskipun telah menjalin kemitraan strategis dengan beberapa pihak seperti KorTail dan Unit Logistik Universitas Telkom, Ngolab masih dihadapkan pada kesulitan dalam mengelola konten digital untuk menunjang

kegiatan operasional. Sistem pengelolaan produk, layanan, dan informasi bisnis yang masih mengandalkan metode tradisional telah mengurangi kecepatan layanan dan membatasi jangkauan pemasaran, sehingga menghambat kemajuan *startup*. Permasalahan krusial yang dihadapi adalah belum tersedianya *platform* pengelolaan konten terpadu yang dapat memaksimalkan efektivitas operasional dan strategi pemasaran digital.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, implementasi sistem CMS (*Content Management System*) yang komprehensif menjadi solusi yang tepat bagi Ngolab. Pengembangan *website* berbasis CMS dapat memfasilitasi pengelolaan konten digital secara efisien dalam memasarkan produk dan layanan Ngolab. Solusi ini memungkinkan tim Ngolab untuk memodifikasi konten tanpa memerlukan pengetahuan teknis yang mendalam. Hal ini membantu tim Ngolab dapat fokus pada operasional bisnis. Selain itu, integrasi CMS aplikasi dapat memperluas jangkauan pemasaran produk dan layanan Ngolab kepada mahasiswa dan civitas akademika. Implementasi sistem CMS ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat posisi Ngolab dalam ekosistem digital kampus dan mendukung visi pertumbuhan jangka panjang *startup*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat identifikasi masalah yaitu kesulitan dalam mengelola konten digital, seperti pengelolaan produk, layanan, dan informasi bisnis masih menggunakan metode tradisional, sehingga memperlambat layanan dan membatasi jangkauan pemasaran.

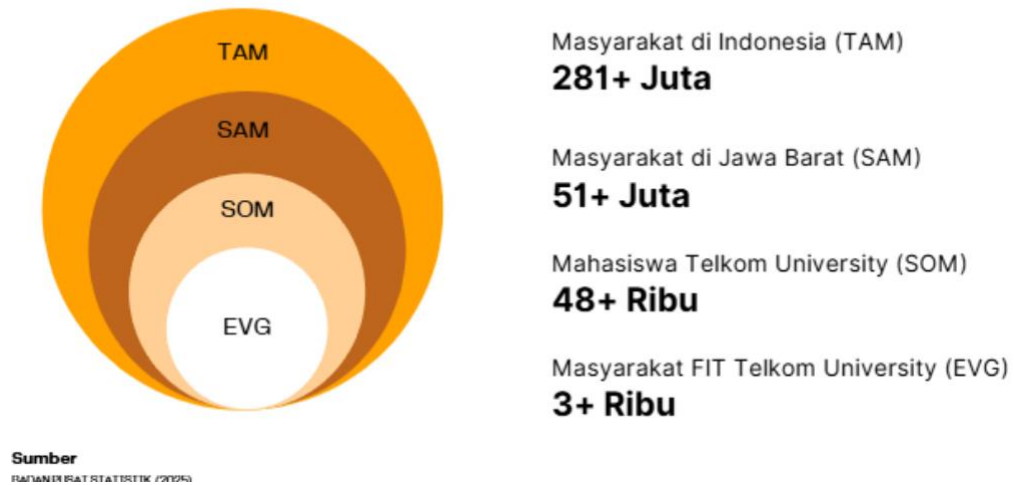
1.3 Solusi

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, terdapat solusi yaitu menerapkan sistem *backend* CMS (*Content Management System*) yang memungkinkan pengelolaan konten digital, seperti pengelolaan produk, layanan, dan informasi bisnis secara efisien dan terintegrasi melalui *platform web*. Sistem ini memungkinkan tim Ngolab untuk memodifikasi konten tanpa memerlukan pengetahuan teknis yang mendalam.

1.4 Target Pasar

Ngolab menargetkan civitas akademika, termasuk mahasiswa, dosen, dan komunitas kampus yang dinamis dan aktif, selain itu, segmen pasar lainnya adalah individu yang memerlukan ruang kerja fleksibel serta layanan makanan dan minuman yang mudah diakses, berkualitas, dan terjangkau.

Market Size



Gambar 1. 1 Market Size

Adapun target pasar utama Ngolab meliputi:

a. Segmenting

Secara demografis, target pasar Ngolab adalah masyarakat Kabupaten Bandung, Jawa Barat yang berusia 17 tahun ke atas dengan fokus utama yaitu civitas akademika Universitas Telkom berusia 18 sampai 50 tahun. Secara geografis, target pasar Ngolab adalah seluruh wilayah Kabupaten Bandung, Jawa Barat yang dimulai dari Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom. Secara psikografis, target pasar Ngolab adalah orang yang memiliki minat pada makanan dan minuman yang berkualitas, cepat dan halal dengan harga yang terjangkau, serta menargetkan orang yang membutuhkan tempat yang nyaman untuk bekerja, belajar, berdiskusi, dan berkolaborasi.

b. Targeting

Ngolab menargetkan mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi, pelajar tingkat akhir, komunitas kreatif, *startup* lokal, dan pekerja remot yang membutuhkan ruang kerja alternatif, serta pelanggan umum yang mencari makanan atau minuman berkualitas dengan pelayanan cepat.

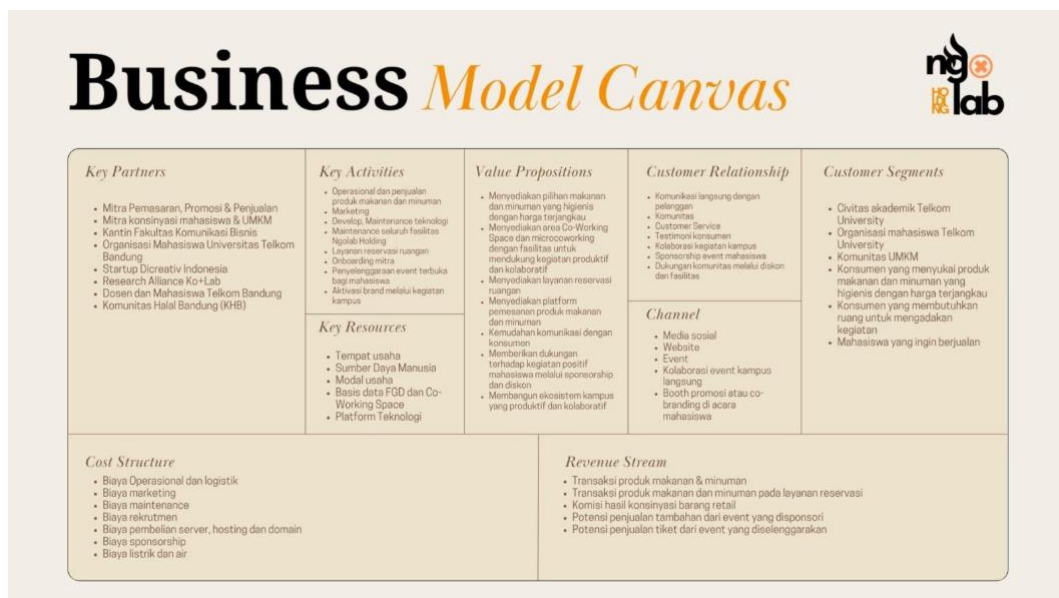
c. Positioning

Ngolab menghadirkan solusi komprehensif bagi civitas akademika melalui layanan kuliner berkualitas dan ruang kerja kolaboratif. Dengan fokus pada kemudahan, kenyamanan, dan keterjangkauan, *startup* ini menyediakan

pengalaman terintegrasi antara konsumsi dan produktivitas yang memenuhi kebutuhan mahasiswa modern. Untuk mendukung hal ini, sistem *backend Content Management System (CMS)* dikembangkan guna memastikan informasi produk, layanan, dan aktivitas yang ditampilkan secara efisien melalui *platform web*.

1.5 Model Bisnis

Ngolab menerapkan strategi bisnis *Business to Consumer (B2C)* yang inovatif, mengintegrasikan penjualan produk kuliner dengan penyediaan ruang kerja bersama. Model bisnis ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan langsung konsumen, dengan fokus pada pengalaman pengguna yang komprehensif dan terpadu di lingkungan akademis. Berikut adalah *Business Model Canvas* Ngolab.

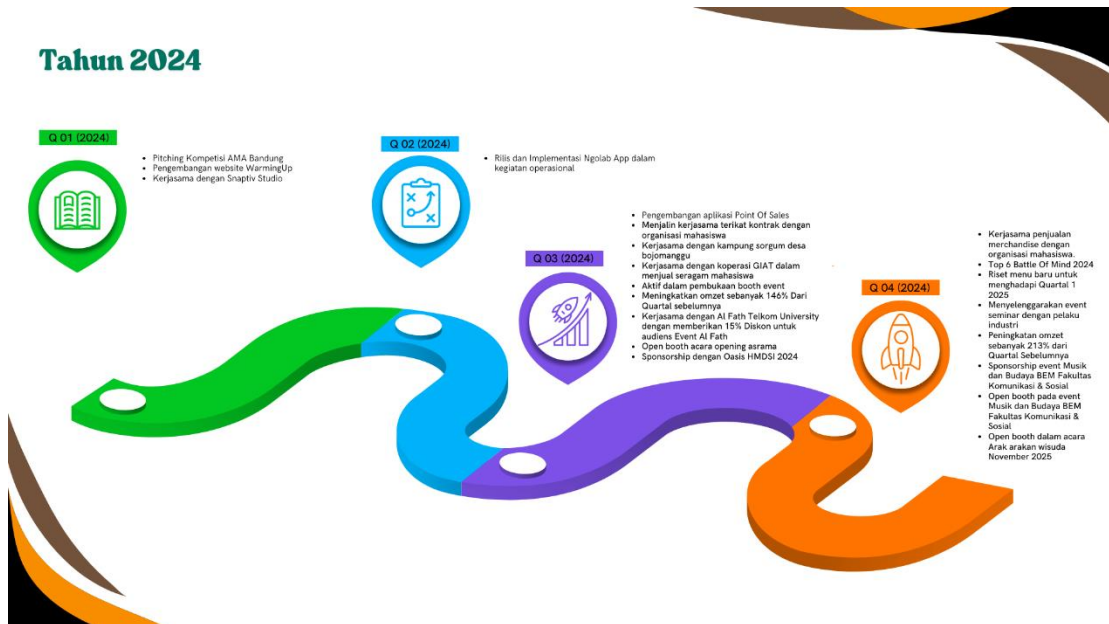


Gambar 1. 2 Business Model Canvas

Berdasarkan gambar di atas, Ngolab memposisikan civitas akademika Universitas Telkom sebagai target pelanggan utama. Nilai utama yang ditawarkan mencakup penyediaan makanan dan minuman halal dengan harga terjangkau serta fasilitas *coworking space* yang mendukung produktivitas. Kegiatan utama yang dijalankan mencakup operasional di bidang F&B serta pengembangan *platform* teknologi guna mendukung layanan tersebut.

1.6 Peta Jalan Startup

Menggambarkan peta jalan golab selama tahun 2024, yang merepresentasikan proses bertahap dalam membangun fondasi *startup*, mulai dari tahap validasi awal, penguatan kolaborasi, hingga menuju ekspansi dan transformasi digital.



Gambar 1. 3 Peta Jalan Startup Tahun 2024

Selama 2024, Ngolab menjalankan peta jalan strategis untuk mendorong digitalisasi dan memperluas kemitraan. Peluncuran aplikasi operasional dan partisipasi dalam berbagai kegiatan memperkuat posisinya sebagai *startup* kampus yang inovatif dan berkelanjutan. Fokus pasar juga mulai bergeser ke komunitas, terlihat dari kolaborasi dengan organisasi mahasiswa di Q3. Rencana jangka menengah 2025-2027 telah disusun dan ditampilkan pada gambar di bawah.



Gambar 1. 4 Peta Jalan Startup Tahun 2025 hingga 2027

Ngolab telah merancang peta jalan pengembangan untuk periode 2025-2027, dengan fokus pada strategi berkelanjutan yang menekankan inovasi produk, efisiensi sistem internal, dan penguatan kolaborasi strategis. Transformasi digital serta pemberdayaan komunitas tetap menjadi pilar utama dalam menjaga keberlanjutan dan mendorong pertumbuhan sebagai *startup* berbasis kampus.