

BAB I

PENDAHULUAN

Pendahuluan membahas dasar-dasar yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian, termasuk latar belakang, perumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan dan asumsi, serta sistematika laporan. Penjelasan dalam bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai konteks, urgensi, dan arah dari perancangan *user interface* dan *user experience website company profile* PT. Maula Maha Cipta menggunakan metode *User Centered Design*.

1.1. Latar Belakang

Transformasi digital telah menjadi salah satu elemen penting dalam pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis di era modern. Di tengah persaingan global yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memiliki media informasi yang kredibel dan mudah diakses. Salah satu media yang paling umum digunakan adalah *website company profile*, yaitu situs web yang dirancang untuk memperkenalkan identitas, visi, misi, layanan, dan kontak perusahaan kepada publik secara profesional. *Website* merupakan aspek fundamental dalam strategi pemasaran digital, terutama dalam memberikan pengalaman pengguna yang relevan dan bernilai (Chaffey & Ellis-Chadwick 2022). *Website* semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai media branding dan trust-building yang sangat penting dalam dunia bisnis (Kotler & Keller, 2021).

Menurut laporan lebih dari 212 juta penduduk Indonesia telah menggunakan internet, dan sekitar 98% di antaranya mengakses informasi produk atau jasa melalui mesin pencari atau *website* perusahaan (We Are Social & Hootsuite, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran *website* sudah menjadi kebutuhan dasar dalam menunjang operasional dan pemasaran bisnis. Namun demikian, tidak semua perusahaan, terutama perusahaan kecil dan menengah, memiliki *website* yang memenuhi standar *usability* dan *user experience* yang baik.

PT. Maula Maha Cipta merupakan salah satu perusahaan yang hingga saat ini belum memiliki *website* resmi. Hal ini menyebabkan kurang optimalnya penyampaian

informasi perusahaan kepada calon klien dan mitra bisnis. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara internal, diketahui bahwa keterbatasan sumber daya manusia dan belum adanya pemahaman tentang proses perancangan berbasis pengguna menjadi kendala utama dalam pengembangan media digital perusahaan.

Ketiadaan media digital ini mengakibatkan perbedaan yang cukup signifikan antara kondisi aktual dan kondisi ideal yang seharusnya dimiliki oleh perusahaan di era digital. Dalam kondisi ideal, perusahaan harus mampu menyediakan media online yang tidak hanya menampilkan informasi, tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang nyaman, intuitif, dan menarik. Desain antarmuka dan pengalaman pengguna merupakan elemen utama dalam kesuksesan sistem digital, karena berpengaruh langsung terhadap efektivitas penyampaian informasi dan kepuasan pengguna (Garrett, 2021).

Sayangnya, banyak *website company profile* yang dibuat tanpa memperhatikan prinsip desain berbasis pengguna (*user-centered*), sehingga berakhir dengan tampilan yang membingungkan, navigasi yang buruk, dan informasi yang tidak terstruktur. Hal ini juga ditegaskan bahwa 88% pengguna digital tidak akan kembali mengakses sebuah *website* jika mereka merasa frustrasi dengan tampilannya (Nielsen & Budiu, 2020). Dengan demikian, sangat penting untuk mengadopsi pendekatan yang menitikberatkan pada kebutuhan dan perilaku pengguna dalam proses perancangan.

Metode *User Centered Design (UCD)* hadir sebagai solusi atas permasalahan tersebut. UCD merupakan pendekatan iteratif dalam pengembangan sistem yang melibatkan pengguna secara aktif pada setiap tahapan proses desain, dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi prototipe (Norman & Draper, 2020). Dengan menggunakan metode ini, hasil akhir dari desain antarmuka akan lebih sesuai dengan harapan dan kebutuhan pengguna akhir, serta memiliki potensi lebih tinggi untuk meningkatkan kepuasan pengguna (Kujala, 2020).

Urgensi utama dari penelitian ini adalah bahwa tanpa adanya media digital yang representatif dan ramah pengguna, PT. Maula Maha Cipta berisiko kehilangan kepercayaan calon mitra bisnis, mengalami kesulitan menjangkau pasar baru, serta tertinggal dalam kompetisi industri geoteknik yang kini semakin mengedepankan

transparansi informasi dan profesionalisme digital. *Website* yang tidak tersedia atau tidak optimal juga berpotensi mengurangi kredibilitas perusahaan di mata publik dan investor, sehingga dapat menghambat pertumbuhan dan ekspansi perusahaan ke depannya.



Gambar 1.1 Hasil Kuesioner *System Awareness*

Sebagai penguat urgensi, berdasarkan hasil kuisisioner *System Awareness* yang disebarkan kepada 100 partisipan di sekitar kantor PT Maula Maha Cipta, hanya 11% responden yang mengetahui keberadaan PT. Maula Maha Cipta, dan dari 11% tersebut, sekitar 72,7% mengenal perusahaan melalui rekomendasi teman atau kerabat (*word of mouth*), bukan dari sumber digital seperti *website* atau media sosial. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat visibilitas dan jangkauan informasi perusahaan masih sangat rendah, dan belum didukung oleh keberadaan media digital yang dapat diakses publik secara luas.

Sebagai contoh yang mencerminkan dampak nyata dari ketiadaan media digital pada awal tahun 2024, saat sebuah perusahaan konsultan lingkungan dari Bandung mengurungkan niatnya untuk menjalin kerja sama karena kesulitan mendapatkan informasi mengenai, jenis layanan spesifik, dan pengalaman proyek yang telah dilakukan oleh PT. Maula Maha Cipta. Hal ini menunjukkan bahwa absennya media digital yang representatif bukan hanya menjadi hambatan komunikasi, tetapi juga dapat secara langsung menyebabkan hilangnya potensi kerja sama strategis.

Melalui penelitian ini, dilakukan perancangan *user interface* dan *user experience* dari *website company profile* pertama PT. Maula Maha Cipta menggunakan pendekatan *User Centered Design*. Tujuannya adalah menghasilkan desain *website* yang mampu menampilkan informasi secara efektif sekaligus menghadirkan pengalaman pengguna yang baik. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan citra profesionalnya serta mempermudah komunikasi dengan klien dan mitra bisnis melalui media digital yang representatif.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana merancang media digital yang dapat diakses publik secara luas untuk mengatasi rendahnya tingkat visibilitas dan jangkauan informasi PT. Maula Maha Cipta.

1.3. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari tugas akhir ini adalah merancang media digital berupa *website company profile* yang representatif dan ramah pengguna guna meningkatkan visibilitas dan jangkauan informasi PT. Maula Maha Cipta di ranah publik melalui pendekatan *User Centered Design*.

1.4. Manfaat Tugas Akhir

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap PT Maula Maha Cipta serta pihak-pihak lainnya, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi PT. Maula Maha Cipta adalah memberikan solusi digital berupa rancangan *website company profile* pertama yang profesional dan mudah digunakan, sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan, memperluas jangkauan informasi, dan mempermudah komunikasi dengan calon klien maupun mitra bisnis.
2. Bagi pengguna adalah menyediakan akses informasi yang lebih mudah, cepat, dan menyenangkan melalui antarmuka yang intuitif dan pengalaman pengguna yang nyaman, sesuai dengan kebutuhan dan perilaku pengguna akhir.
3. Bagi dunia akademik dan peneliti selanjutnya adalah menambah referensi dan kontribusi dalam pengembangan desain antarmuka dan pengalaman pengguna

berbasis *User Centered Design*, khususnya pada konteks pengembangan *website company profile* di sektor usaha kecil dan menengah.

4. Bagi perancang sistem digital dan *UI/UX Designer* adalah memberikan contoh penerapan metode *User Centered Design* secara praktis dan sistematis dalam pengembangan media digital berbasis kebutuhan pengguna, yang dapat dijadikan acuan dalam proyek-proyek serupa.

1.5. Batasan dan Asumsi Tugas Akhir

Dalam pelaksanaan tugas akhir ini, terdapat beberapa batasan ruang lingkup agar fokus penelitian tetap terjaga dan solusi yang dihasilkan relevan serta dapat diterapkan secara nyata, yaitu:

1. *Website* yang dirancang hanya mencakup halaman-halaman utama yang umum digunakan dalam *website company profile*, seperti beranda, profil perusahaan, layanan, galeri, dan kontak.
2. Proses pengumpulan data pengguna dilakukan melalui observasi dan wawancara terhadap calon pengguna internal dan eksternal yang berada di wilayah Jabodetabek.
3. Evaluasi *usability* dilakukan menggunakan prototipe fidelitas tinggi yang belum diimplementasikan dalam bentuk sistem penuh berbasis web.
4. Perancangan hanya berfokus pada aspek antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna, tanpa melibatkan pengembangan backend, sistem manajemen konten, atau integrasi server.
5. Penelitian dilakukan dalam periode waktu terbatas, yaitu selama satu semester, sehingga pengembangan sistem dilakukan pada tahap desain, bukan implementasi menyeluruh.

Dalam menyusun dan menganalisis perancangan sistem ini, digunakan beberapa asumsi berikut untuk menyederhanakan kompleksitas permasalahan:

1. Seluruh informasi perusahaan yang dibutuhkan untuk ditampilkan dalam *website* telah tersedia dan dapat diakses oleh tim perancang.
2. Pengguna yang menjadi responden dalam proses perancangan mewakili karakteristik mayoritas calon pengguna *website* PT. Maula Maha Cipta.

3. Akses pengguna terhadap *website* diasumsikan dilakukan melalui perangkat *desktop* dan *mobile* dengan koneksi internet yang stabil.
4. Perusahaan memiliki rencana dan sumber daya untuk mengimplementasikan desain yang telah dirancang di masa mendatang.
5. Preferensi visual dan perilaku pengguna tidak mengalami perubahan signifikan dalam jangka pendek setelah perancangan dilakukan.

1.6. Sistematika Laporan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini disusun agar pembaca dapat memahami secara runtut alur pemikiran, pendekatan, dan hasil yang diperoleh dalam perancangan *user interface* dan *user experience website company profile* PT. Maula Maha Cipta. Adapun sistematika laporan ini terdiri dari lima bab sebagai berikut:

1.6.1. BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang permasalahan yang melandasi perlunya perancangan *website*, rumusan masalah yang diangkat, tujuan serta manfaat dari penelitian, batasan dan asumsi penelitian, serta penjelasan sistematika laporan secara keseluruhan.

1.6.2. BAB II Landasan Teori

Bab ini memuat teori-teori pendukung dan studi literatur yang relevan terkait desain antarmuka, pengalaman pengguna, serta metode *User Centered Design*. Selain itu, dijelaskan pula alasan pemilihan metode tersebut sebagai kerangka kerja utama dalam tugas akhir.

1.6.3. BAB III Metode Penyelesaian Masalah

Bab ini menjelaskan secara rinci tahapan dan pendekatan yang digunakan dalam menyelesaikan masalah, mulai dari identifikasi kebutuhan pengguna, perancangan antarmuka, hingga proses evaluasi berbasis prinsip *User Centered Design*.

1.6.4. BAB IV Pengolahan Data dan Analisis Hasil

Bab ini menyajikan proses pengumpulan dan analisis data dari pengguna, tahapan perancangan *user interface* dan *user experience*, pengembangan prototipe fidelitas tinggi, serta pengujian dan evaluasi terhadap prototipe. Disertakan pula

analisis hasil pengujian dan implikasi terhadap pengembangan media digital perusahaan.

1.6.5. BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab terakhir merangkum hasil-hasil utama yang diperoleh dari tugas akhir, serta memberikan saran perbaikan atau pengembangan lebih lanjut baik untuk perusahaan maupun penelitian di masa mendatang.