

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, pemanfaatan teknologi informasi telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan eksistensi sebuah perusahaan. Website sebagai media informasi dan komunikasi telah menjadi elemen yang krusial dalam membangun citra profesional serta memperluas jangkauan bisnis suatu perusahaan (Palgunadi et al., 2022). Keberadaan website tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran dan promosi, tetapi juga menjadi platform yang memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan serta menyediakan informasi yang relevan secara real-time (Wisnumurti, 2019).

Saat ini, perusahaan di berbagai sektor, termasuk bidang desain dan arsitektur, dituntut untuk memiliki strategi digital yang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas (Supriyanto et al., 2022). Salah satu strategi yang banyak diterapkan adalah membangun website dengan fitur-fitur yang mendukung transparansi informasi, portofolio bisnis, serta layanan pelanggan yang lebih optimal (Ichwanto et al., 2022). Studi menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki website dengan sistem yang baik dapat meningkatkan tingkat kepercayaan pelanggan hingga 75% dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki kehadiran digital yang memadai (Kurniawan et al., 2020).

Simbarch Studio merupakan perusahaan yang bergerak di bidang arsitektur, yang memiliki kebutuhan akan media komunikasi yang profesional untuk menampilkan layanan, portofolio, serta keunggulan kompetitifnya di industri ini. Namun, hingga saat ini, Simbarch Studio belum memiliki platform digital yang dapat secara efektif

menghubungkan mereka dengan calon klien maupun mitra bisnis potensial. Ketiadaan website yang representatif berpotensi menghambat pertumbuhan bisnis, membatasi eksposur pasar, serta menurunkan tingkat kepercayaan calon pelanggan terhadap kredibilitas perusahaan (Pujiantoro et al., 2023).

Website yang dirancang untuk Simbarch Studio diharapkan dapat menjadi media informasi yang komprehensif, tidak hanya sekadar menampilkan profil perusahaan, tetapi juga menyediakan fitur interaktif seperti katalog proyek, layanan konsultasi online, serta integrasi media sosial sebagai sarana pemasaran digital (Riduwan et al., 2023). Pemanfaatan teknologi web responsif dan user-friendly dalam desain website juga menjadi aspek penting guna meningkatkan pengalaman pengguna dan memastikan aksesibilitas yang optimal di berbagai perangkat (Ichwanto et al., 2022).

Perancangan website ini menerapkan pendekatan yang berfokus pada kebutuhan pengguna, menggunakan metodologi penelitian *design thinking* dalam pengembangan sistem informasi digital. Beberapa elemen utama yang akan diperhatikan dalam penelitian ini antara lain; analisis kebutuhan pengguna, mengidentifikasi kebutuhan perusahaan dan calon pelanggan dalam mengakses informasi serta layanan dari Simbarch Studio. Desain dan Pengembangan Website, menyusun konsep desain website yang responsif, mudah digunakan, serta memiliki navigasi yang jelas dan ramah pengguna (Supriyanto et al., 2022). Integrasi Fitur Interaktif, menyediakan fitur-fitur seperti galeri proyek, layanan konsultasi, dan kontak langsung untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Evaluasi dan Pengujian Website, menggunakan metode uji kegunaan untuk memastikan bahwa website yang dirancang memenuhi ekspektasi pengguna dan memberikan pengalaman yang optimal (Wisnumurti, 2019). Dengan perancangan website ini, diharapkan Simbarch Studio dapat meningkatkan eksistensi

didunia digital, menjangkau lebih banyak klien, serta memperkuat brand image sebagai perusahaan arsitektur yang profesional. Selain itu, implementasi website yang efektif juga dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital dan meningkatkan efektivitas layanan pelanggan, sehingga mendukung pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan (Kurniawan et al., 2020).

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi terhadap pengembangan website untuk Simbarch Studio, tetapi juga memberikan wawasan lebih lanjut tentang pentingnya transformasi digital dalam dunia bisnis, terutama di bidang arsitektur dan desain interior. Penelitian ini paling relevan dengan SDG 9, yaitu Industry, Innovation, and Infrastructure, karena berfokus pada pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan website untuk meningkatkan daya saing dan profesionalisme Simbarch Studio. Transformasi digital yang dilakukan mendukung inovasi di industri arsitektur, khususnya dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan klien, serta memperkuat citra perusahaan. Selain itu, website yang dirancang tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai infrastruktur digital yang modern dan efisien, memungkinkan transparansi informasi serta optimalisasi layanan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam memperkuat industri kreatif melalui inovasi digital yang mendukung pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan.

I.2 Permasalahan

Di tengah arus digitalisasi yang semakin pesat, kehadiran platform digital menjadi kebutuhan mutlak bagi perusahaan untuk menjaga daya saing serta memperluas jangkauan pasar. Simbarch Studio, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang arsitektur, memiliki potensi besar untuk menjangkau lebih banyak klien melalui media digital. Namun, hingga saat ini, perusahaan belum memiliki website resmi yang dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dan penyampaian informasi yang efektif kepada calon klien maupun mitra bisnis. Kondisi ini dapat menghambat pertumbuhan bisnis dan melemahkan citra profesional perusahaan, terutama ketika dibandingkan dengan para kompetitor yang telah memanfaatkan platform digital.

Selain itu, ketidakhadiran website juga membatasi Simbarch Studio dalam menampilkan portofolio proyek, mempromosikan layanan, serta menyediakan akses langsung bagi pelanggan terhadap informasi yang dibutuhkan. Bahkan, memang ada permintaan dari klien yang menginginkan akses lebih mudah dan terstruktur terhadap informasi layanan dan proyek melalui platform digital. Perusahaan juga belum memiliki media interaktif yang dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan memperkuat hubungan dengan klien secara digital. Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, permasalahan-permasalahan tersebut menjadi hambatan serius bagi perusahaan untuk berkembang secara optimal dalam lanskap industri arsitektur yang semakin kompetitif.

I.2.1 Identifikasi Masalah

Untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh Simbarch Studio dalam mendukung eksistensinya di era digital, berikut beberapa poin utama yang menjadi perhatian:

1. Simbarch Studio tidak mempunyai website yang menyebabkan keterbatasan dalam penyampaian informasi kepada calon klien.
2. Tidak adanya platform digital internal membuat Simbarch Studio kesulitan dalam mendukung ekspansi bisnis dan branding secara online.
3. Kompetitor di bidang yang sama telah memanfaatkan website sebagai media informasi dan promosi untuk menjangkau calon klien secara lebih luas dan profesional.

I.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang dan memanfaatkan website agar dapat mendukung pertumbuhan bisnis dan meningkatkan daya saing Simbarch Studio, mengingat perusahaan belum memiliki platform digital sementara para kompetitor telah memanfaatkannya secara optimal?

I.2.3 Ruang Lingkup

Perancangan website ini bertujuan sebagai media promosi dan informasi untuk perusahaan Simbarch Studio. Website ini ditujukan kepada calon konsumen yang ingin menggunakan layanan dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Wawancara dengan UI/UX designer dan pemilik Simbarch Studio akan dilakukan pada bulan Maret untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam pengembangan website ini. Tujuan utama dari perancangan website ini adalah untuk menarik perhatian calon konsumen, sehingga mereka lebih tertarik untuk mengakses layanan yang tersedia. Proses perancangan website ini akan dilakukan di Bandung. Hasil akhir dari perancangan website ini diharapkan dapat dijadikan sebagai media promosi, konsultasi, dan transaksi untuk layanan jasa yang disediakan oleh Simbarch Studio.

I.2.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang website Simbarch Studio sebagai media untuk menyampaikan informasi perusahaan, portofolio, dan layanan kepada calon klien secara digital.
2. Merancang *user interface* (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang responsif, intuitif, dan menarik untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dalam mengakses informasi dan layanan Simbarch Studio melalui website.

I.3 Pengumpulan Data dan Analisis

Pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam proses penelitian, karena data yang akurat dan relevan akan menentukan kualitas hasil analisis dan kesimpulan yang diperoleh. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kebutuhan, permasalahan, dan ekspektasi yang berkaitan dengan pengembangan website Simbarch Studio. Melalui metode ini, peneliti dapat menggali informasi secara

langsung dari pihak-pihak yang terlibat maupun dari pengamatan terhadap fenomena yang terjadi di lapangan.

Analisis data dilakukan secara deskriptif, yaitu dengan menginterpretasikan data yang diperoleh dari berbagai sumber untuk menghasilkan gambaran yang utuh mengenai kebutuhan sistem informasi berbasis website. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami konteks dan dinamika yang terjadi, serta memberikan dasar yang kuat dalam perancangan solusi digital yang tepat guna. Dengan demikian, proses pengumpulan dan analisis data menjadi landasan penting dalam mendukung perancangan sistem yang sesuai dengan kebutuhan bisnis Simbarch Studio.

I.3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yang berfokus pada eksplorasi mendalam terhadap kondisi aktual di lapangan dan pandangan subjek penelitian. Tujuan dari metode ini adalah untuk memahami secara menyeluruh konteks, motivasi, dan kebutuhan dari pihak-pihak terkait yang akan terlibat dalam penggunaan website. Data dikumpulkan melalui sumber-sumber primer yang dinilai dapat memberikan informasi langsung dan relevan terhadap permasalahan yang diteliti. Metode yang digunakan untuk penelitian ini yaitu metode kualitatif, berikut beberapa metode pengumpulan data yang digunakan:

A. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden atau objek yang diteliti melalui interaksi atau pengamatan langsung oleh peneliti. Data ini bersifat orisinal dan belum melalui proses analisis dari pihak lain, sehingga dianggap paling relevan untuk menggambarkan kondisi aktual di lapangan (Hasanah, 2016). Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh melalui dua metode utama, yaitu observasi dan wawancara.

1. Observasi

Observasi adalah sebuah aktivitas ilmiah empiris yang berdasarkan fakta-fakta di lapangan ataupun teks, dari pengalaman

panca indra tanpa adanya sebuah manipulasi (Hasanah, 2016). Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga bisa dengan basis online. Maka observasi yang dilakukan oleh penulis adalah melihat fitur dari website-website jual beli, untuk menjadi sebuah referensi dari website yang akan dibuat.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses komunikasi secara langsung antara periset, dua orang atau lebih, yaitu dimana salah satu pihak disebut pewawancara, untuk mengajukan pertanyaan kepada pihak yang disebut dengan responden yang diasumsikan memiliki informasi tentang suatu objek (Kriyantono & Sa'diyah, 2018). Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data dan informasi yang dilaksanakan dengan suatu cara untuk mengumpulkan data dan informasi yang dilaksanakan dengan tatap muka maupun daring dengan pemilik Simbarch Studio, kepala bagian marketing dari Simbarch Studio, UI/UX Desainer, dan client yang telah melakukan pembelian di Simbarch Studio agar mendapatkan data yang lengkap dan juga mendalam.

3. Kuisisioner

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari calon pengguna terkait kebutuhan, preferensi, dan kebiasaan mereka dalam mengakses informasi arsitektur secara digital. Kuesioner disebarkan secara daring kepada responden dengan rentang usia produktif dan latar belakang yang relevan, guna memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai ekspektasi mereka terhadap tampilan, fitur, dan fungsi website Simbarch Studio. Data dari kuisisioner ini menjadi acuan dalam perumusan desain yang user-centered dan sesuai dengan kebutuhan pasar sasaran.

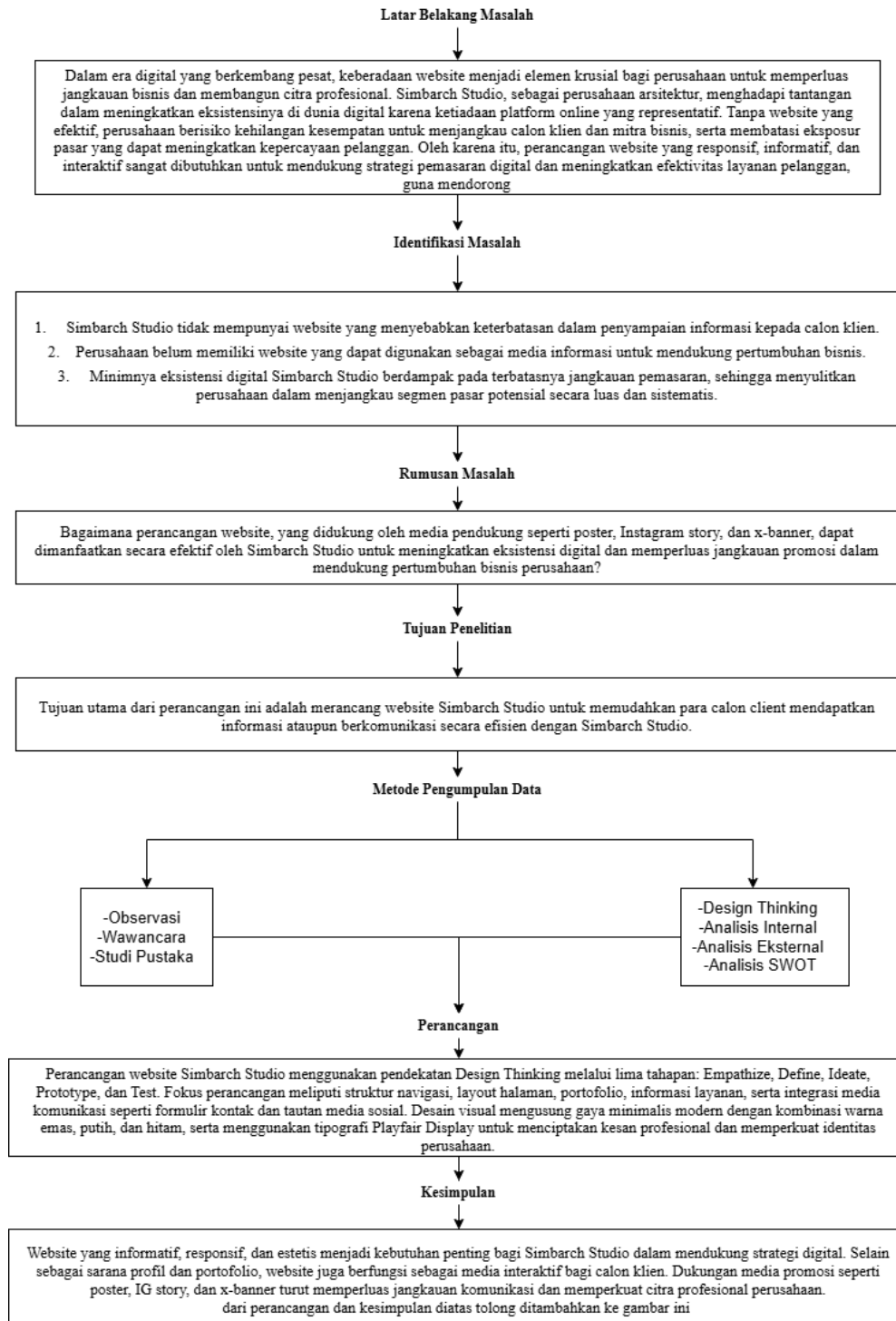
B. Studi Pustaka

Sumber data sekunder akan didapatkan dengan cara studi Pustaka baik dari jurnal, buku, maupun dengan internet yang gunanya untuk mendapatkan teori dan panduan mengenai inti materi pembahasan, seperti contoh yang penulis lakukan ialah mencari sebuah teori-teori dari desain komunikasi visual, website, UI/UX dan bisnis digital di suatu jurnal online dan juga buku.

I.3.2 Metode Analisis Data

Analisis data wawancara merupakan pembuatan rangkuman pada kalimat-kalimat kunci dari hasil wawancara, yang kemudian digabungkan menjadi suatu pernyataan yang berkesinambungan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian (Soewardikoen, 2021). Wawancara yang penulis lakukan, ialah mewawancarai secara tatap muka maupun online kepada pemilik Simbarch Studio, kepala bagian marketing dari Simbarch Studio, UI/UX Desainer, dan client yang telah melakukan pembelian di Simbarch Studio agar mendapatkan data yang lengkap dan juga mendalam.

I.4 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian
(Sumber: Dokumen Pribadi)

I.5 Sistematika Laporan

Sistematika laporan ini terdiri dari lima bab utama, yaitu: Bab I membahas pendahuluan yang mencakup latar belakang hingga sistematika penulisan; Bab II berisi landasan teori yang relevan; Bab III memaparkan data dan hasil analisis; Bab IV menjelaskan konsep dan hasil perancangan website; dan Bab V berisi penutup berupa kesimpulan dan saran.

BAB I Pendahuluan

Dalam BAB I menjelaskan tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup permasalahan, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, analisis data, kerangka perancangan dan sistematika penulisan mengenai perancangan website Simbarch Studio sebagai media informasi perusahaan.

BAB II Landasan Teori

Dalam BAB II akan menjelaskan tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini, Teori yang akan digunakan yaitu tentang Desain Komunikasi Visual, Website, UI/UX, dan juga Bisnis Digital.

BAB III Data dan Analisis Data

Dalam BAB III akan diisi dengan data-data yang diisi melalui proses observasi website sejenis, wawancara dengan Penulis Seni, UI/UX Desainer, Ilustrator, Kuesioner dan juga Studi Pustaka. Data yang terkumpul akan dianalisis untuk menjadi rujukan dalam pengerjaan bab selanjutnya.

BAB IV Konsep & Hasil Perancangan

Dalam BAB IV menjelaskan konsep dari perancangan yang akan dibuat untuk Website Simbarch Studio. Proses perancangan akan dipaparkan secara detail mulai dari proses awal hingga akhir dan hasil perancangan.

BAB V Penutup

Dalam BAB V menjelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian yang dilakukan untuk penulisan penelitian ini dan saran yang dapat melengkapi penelitian.