

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejarah banyaknya kuliner khas kota Bandung menjadikan Kota Bandung sebagai salah satu kota wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Selain kuliner dan tempat wisata yang beragam Bandung juga dikenal sebagai kota kreatif dimana banyaknya penduduk Bandung menciptakan berbagai macam hal baru yang kreatif baik dibidang *fashion*, musik, kerajinan dan kuliner. Hal ini dibuktikan dengan adanya survei *Channel News Asia* di Singapura pada tahun 2011 yang menyebutkan Bandung masuk dalam lima besar kota kreatif se-Asia.

Indikator survei dilihat dari *branding* yang dilakukan, pengaruh terhadap masyarakat dan pertumbuhan ekonomi. Sebelumnya, pada tahun 2007, Bandung juga dipilih sebagai proyek percontohan Kota Kreatif se-Asia timur dalam pertemuan Internasional Berbasis Ekonomi di Yokohama, Jepang.

Terpilihnya kota yang dijuluki *Paris Van Java* ini tak lepas dari peran anak muda Bandung yang gigih membuat wirausaha-wirausaha mandiri. Salah satu contohnya adalah Arromanis Cake Bandung. Arromanis Cake merupakan salah satu bentuk usaha di bidang kuliner khususnya *cakes* (kue). Arromanis Cake memiliki berbagai macam pilihan *cakes* (kue) dengan bentuk dan rasa yang menarik. Produk pertama yang diproduksi adalah *Cupcakes* dan telah memiliki 6 varian rasa. *Cupcakes* adalah satu jenis *cake* yang bahan bakunya diukur berdasarkan volum gelas *cup* berukuran standar atau gelas ukuran, bukannya ditimbang. Sedangkan sebutan *cup cake* sekarang diberikan kepada setiap kue kecil yang seukuran cangkir teh. Inovasi varian *cakes* yang ditawarkan oleh Arromanis Cake tersebut dapat memberikan peluang bagi perusahaannya sendiri untuk menjadi sebagai salah satu bentuk usaha kreatif yang dapat memotivasi pemuda Bandung lainnya. Arromanis Cake pertama dijual kepada teman-teman terdekat pemilik, Armita Sunaryo. Kemudian mulai banyak dikenal oleh masyarakat lainnya melalui *word of mouth*. Selain itu, Arromanis Cake juga sudah banyak mengikuti *event-event* kreatif Bandung seperti *TradeMark*, *TasteMarket*,

dan lain sebagainya. Namun Arromanis Cake harus tetap mempromosikan produk mereka melalui media sosial internet karena seiring berkembangnya teknologi dan *lifestyle* masyarakat jaman sekarang yang lebih banyak menggunakan media sosial internet sehingga mampu memudahkan pengusaha-pengusaha termasuk Arromanis Cake untuk lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas,

Sampai sekarang media sosial yang digunakan oleh Arromanis Cake untuk mempromosikan produk mereka yaitu melalui *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*. Namun pada media sosial yang digunakan masih kurang mampu memberikan informasi mengenai produk secara detail dan menyeluruh. Selain itu, untuk mengakses ke media sosial *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram* diperlukan akun pribadi, namun pada kenyataannya tidak semua masyarakat memiliki akun *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*. Untuk itu perlu adanya media internet lain yang mampu memberikan informasi produk Arromanis Cake yang dapat diakses dengan mudah.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, Arromanis Cake sebagai bentuk usaha yang menjual produk dapat memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan melalui jaringan internet yaitu *Website*.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Melihat uraian latar belakang diatas maka timbul beragam permasalahan di antaranya, yaitu :

1. Promosi melalui *word of mouth* ataupun mengikuti *event* masih kurang mampu memperkenalkan produk secara jangka waktu yang panjang karena masyarakat lebih banyak dan lebih sering mengakses internet.
2. Media sosial internet yang digunakan oleh Arromanis Cake untuk memberikan informasi produknya masih kurang dalam memberikan informasi produk secara detail.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang desain *website* Arromanis Cake Bandung sebagai media promosi dan informasi produk?

1.3 Batasan Masalah

Kemudian dalam penyusunan sebuah skripsi perlu adanya sebuah batasan masalah agar lebih fokus, terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian dapat tercapai dengan baik dengan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan 4W1H sebagai berikut:

1. *What* (Apa?)

Perancangan desain *website* Arromanis Cake Bandung sebagai media promosi dan informasi produk secara lengkap.

2. *Who* (Siapa?)

Target perancangan desain *website* ini ditujukan untuk target pasar yang luas, sesuai dengan target pasar perusahaan, mulai dari anak sekolah, mahasiswa, karyawan, dan orang tua. Secara strata sosial, ditujukan untuk kalangan menengah ke atas. Selain itu wisatawan yang datang ke kota Bandung juga menjadi salah satu target pasar perancangan *website* Arromanis Cake.

3. *Where* (Dimana?)

Penelitian data dilakukan dengan pihak Arromanis Cake dengan alamat Jalan Angun-Angun No. 14, Bandung.

4. *When* (Kapan?)

Penelitian dan Perancangan desain *website* dilakukan mulai pada bulan Februari hingga Juni 2014.

5. *How* (Bagaimana?)

Penelitian akan dilakukan dengan cara wawancara dengan pihak Arromanis Cake dan Ahli Pemrograman *Web*, observasi secara langsung pada *Store* Arromanis Cake dan juga perusahaan produk sejenis. Membagikan angket kepada konsumen Arromanis Cake, dan melakukan studi pustaka dengan mempelajari data yang telah didapatkan penulis dari

sumber-sumber buku baik buku perpustakaan maupun internet yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

1.4 Tujuan Perancangan

Merancang desain website Arromanis Cake Bandung untuk media promosi serta memberikan informasi produk yang lebih lengkap bagi konsumennya.

1.5 Metode Pengumpulan Data

1.5.1 Sumber Data Primer

a) Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang kejadian yang oleh peneliti tidak dapat diamati sendiri secara langsung. Teknik ini digunakan untuk menjaring data dan informasi yang berkaitan dengan obyek perancangan yang akan dibuat dengan tujuan mengumpulkan data dan informasi perusahaan, dengan cara mewawancarai pihak perusahaan yaitu Armita Sunaryo selaku pemilik dan seorang Ahli Pemograman *Web*.

b) Observasi

Pengertian Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Dengan demikian hasil pengamatan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Observasi yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan cara mengamati secara langsung produk, tempat penjualan dan konsumen yang membeli. Observasi dilakukan di *Store* penjualan Arromanis Cake, beralamat jalan Wira Angun-Angun no 14, Bandung.

c) Angket

Angket adalah suatu alat pengumpul data yang berupa serangkaian pertanyaan yang diajukan pada responden untuk mendapat jawaban. Pada metode ini penulis membagikan angket kepada konsumen Arromanis Cake ataupun masyarakat umum dengan target 30 hingga 50 responden. Tujuan dilalukan penyebaran angket adalah untuk menjadi landasan kuat perlunya rancangan website dibuat.

1.5.2 Sumber Data Sekunder

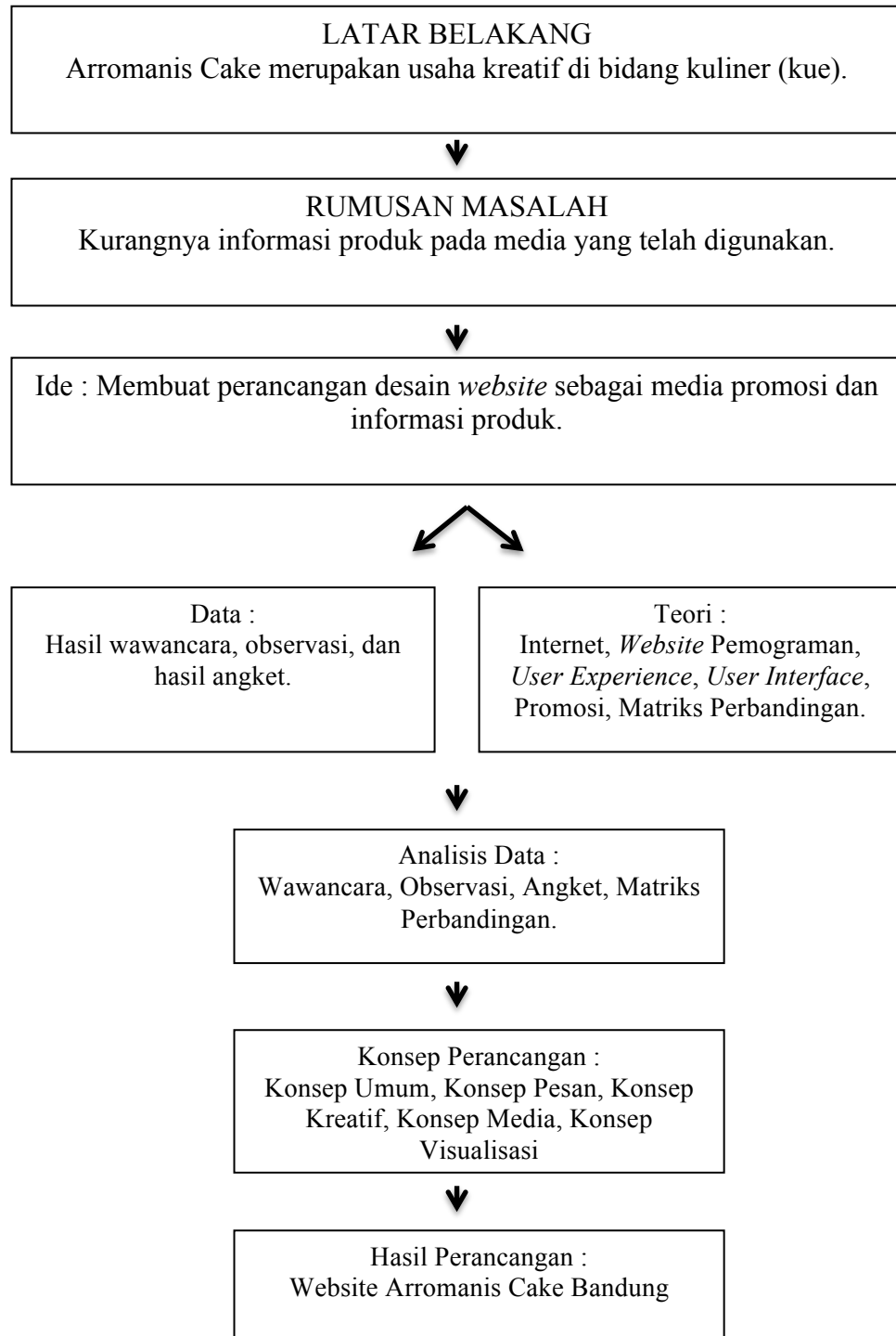
a) Studi Pustaka

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari buku-buku, baik dari perpustakaan maupun tempat lain. Penulis memperoleh dan mengumpulkan data dengan membaca buku-buku dan literatur. Adapun data yang diperoleh sebagai perlengkapan penelitian berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi dalam penyusunan skripsi sebagai landasan teori. Studi pustaka yang akan digunakan adalah teori-teori yang berhubungan dengan Teori Internet, Teori Pemograman *Web*, *Webdesign*, *User Interface*, *User Experience*, yang meliputi tentang *layout*, tipografi, warna, dan lain sebagainya serta teori mengenai *Marketing Promosi* dan Teori Matriks Perbandingan.

1.6 Metode Analisis

Metode analisis adalah metode yang digunakan untuk membandingkan desain dan kemudahan navigasi *website* Arromanis Cake melalui cara analisis Matriks Perbandingan antara dua produk sejenis.

1.7 Kerangka Perancangan



Kerangka 1.1 Kerangka Perancangan

1.8 Pembabakan

1. BAB I Pendahuluan

Berisi tentang alasan mengapa Arromanis Cake Bandung dijadikan sebuah objek perancangan untuk tugas akhir penulis. Dikuatkan dengan alasan-alasan mengapa sebuah *website* berperan penting dalam promosi dan pemberian informasi produk Arromanis Cake Bandung.

2. BAB II Dasar Pemikiran

Pada bab ini menjelaskan tentang berbagai macam teori yang digunakan sebagai landasan, pedoman untuk menguraikan dan menganalisa permasalahan yang ada sehingga akan ditemukan rancangan solusi. Teori-teori yang digunakan adalah teori-teori yang berhubungan dengan perancangan desain *website*.

3. BAB III Data dan Analisis Masalah

a. Data

Menjelaskan data tentang profil Arromanis Cake Bandung beserta produk dan media promosi yang telah digunakan. Setelah itu mencari data mengenai profil perusahaan sejenis.

b. Analisis

Menjelaskan berbagai analisis tentang *website* yang baik dan menarik bagi perusahaan *Bakery* untuk dijadikan masukan dalam merancang desain *website* yang akan dibuat.

4. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan tentang hasil perancangan yang dilakukan, diawali dengan konsep awal seperti ide, *draft* atau sketsa kasar, penerapan pada setiap halaman situs, hingga proses akhir rancangan hingga selesai menjadi *website* yang dapat dioperasikan dengan maksimal.

5. BAB V Penutup

Menjelaskan apa saja yang menjadikan rancangan *website* bisa sukses dioperasikan. Terdiri dari saran dan masukan terhadap rancangan website Arromanis Cake Bandung.