

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman tetap tumbuh di masa pandemi Covid-19 meskipun melambat, industri tersebut mampu bertahan dan terus tumbuh sejak tahun 2011. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional hasil penjualan sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021. Capaian tersebut lebih baik dibanding tahun sebelumnya yang hanya tumbuh 1,58%, tetapi lebih rendah dibanding sebelum pandemi yang tumbuh di atas 7%. Capaian tersebut juga di bawah pertumbuhan PDB nasional pada tahun lalu. Salah satu komponen yang membantu pertumbuhan tersebut adalah UMKM.

UMKM menjadi penopang terbesar bagi perekonomian nasional, Industri makanan merupakan industri yang mengalami pertumbuhan pada 2021. Sedangkan industri karet, tekstil, kertas, logam, barang elektronik, optik dan peralatan listrik mengalami kontraksi. Tahun 2022 menjadi momentum kebangkitan bagi UMKM. Di Manado terdapat banyak pelaku UMKM dari berbagai bidang industri, mulai dari sektor fashion, musik, kuliner, otomotif, dan banyak lagi. Berdasarkan data yang terdaftar di Dinas Koperasi & UMKM Provinsi Sulawesi Utara, ada 423.036 pelaku UMKM. Hal tersebut menjadikan UMKM yang berada di wilayah Manado memiliki berbagai peran penting untuk meningkatkan perekonomian sektor industri daerah Sulawesi Utara.

Banyaknya persaingan antara para pelaku UMKM yang semakin kuat menyebabkan banyak usaha yang kurang mampu berkembang dan mempertahankan usahanya. Kegagalan mempertahankan usaha pada pelaku UMKM, salah satunya disebabkan oleh pemilik usaha yang tidak dapat beradaptasi dengan pasar modern, kurangnya inovasi produk/jasa, kegiatan promosi konvensional dan digital yang tidak efektif, kurang memanfaatkan internet sebaik mungkin sebagai salah satu metode penjualan hingga penyaluran informasi, dan lain sebagainya.

Internet dalam perkembangan zaman saat ini menjadi sebuah alat penyebar informasi yang sangat mudah dan juga murah. Internet dari dulu hingga sekarang memberi efisiensi kepada manusia untuk mengakses informasi serta melakukan berbagai macam hal, tidak terkecuali dalam dunia ekonomi. Dalam bidang ekonomi banyak pula metode pemasaran dalam menyampaikan informasi melalui internet untuk meraih target audiens. Salah satunya yakni melalui website.

Melalui website sebagai sistem informasi, pengusaha dapat dengan mudah melakukan penjualan suatu produk dan juga menyampaikan informasi, seperti *coffee shop*. *coffee shop* saat ini sudah banyak bertebaran dimana-mana, *coffee shop* bisa menjadi sarana tempat orang-orang berkumpul untuk bercengkrama ditemani dengan beraneka ragam kopi dan juga hidangan makanan dan minuman lainnya.

Fellow Coffee merupakan *coffee shop* yang berlokasi di Manado dan telah berdiri sejak 2019. Fellow Coffee menjual berbagai macam jenis kopi dari mulai kopi hitam dan putih di hidangkan dingin ataupun panas Fellow Coffee juga menjual minuman non-kopi dan makanan ringan untuk disantap bersama teman-teman atau keluarga. Fellow Coffee mempunyai tempat yang suasana tenang asri dan hijau sehingga dapat menjaga mood pengunjung agar tetap fokus saat melakukan kerjaan atau kegiatan lainnya.

Fellow Coffee berdiri pada masa pandemik Covid-19 sehingga pemilik *coffee shop* pada masa itu kesulitan untuk mempromosikan dan memberi informasi mengenai *coffee shop* kepada calon pelanggan. Untuk mempromosikan *coffee shop* Fellow Coffee sudah memiliki media sosial Instagram dan *website* sebagai media promosi dan informasi. Tetapi permasalahan dari media sosial Instagram yang menimbun informasi dengan bertambahnya postingan yang dibuat sehingga membuat user kesulitan mencari informasi yang mereka butuhkan.

Berdasarkan permasalahan Fellow Coffee yang belum merancang *website* yang berfungsi sebagai media penyampaian informasi dan manajemen. Jumlah konten yang dirancang pada *website* Fellow Coffee masih sangat sedikit sehingga fungsi *website* tersebut tergeserkan dengan media sosial Instagram dan juga *landing page website* Fellow Coffee yang menampilkan gambar latar yang terlalu terang sehingga membuat UI pada *website* hampir senada kontrasnya. Dikarekankan kesulitan dalam membuat *website* yang dapat menjadi sistem manajemen sehingga pembuatan prototype *website* dibuat untuk memudahkan fondasi-fondasi desain yang dibutuhkan kelak.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka teridentifikasi masalah sebagai berikut:

1. *Website* belum fungsional sebagai media penyampaian informasi dan fungsi manajemen *coffee shop*.
2. Media sosial instagram yang masih terbatas fungsinya dibutuhkan media lain untuk menyimpan semua informasi mengenai *coffee shop*.

1.2.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah bagaimana merancang prototype *website* Fellow Coffee sehingga *coffeeshop* tersebut dapat memenuhi kebutuhan sebagai media penyampaian informasi dan manajemen keuangan.

1.3 Ruang Lingkup

1. Apa (What).

Perancangan visual *website* sebagai media penyampaian informasi dan manajemen keuangan.

2. Siapa (Who)

Target primer anak muda 17 tahun hingga 25 tahun terutama mahasiswa dan

sekunder orang dewasa umur 26 sampai 34 tahun yang terutama pegawai kantor.

3. Dimana (Where)

Jl. P. Bentenan, Malalayang, Manado Sulawesi Utara, Indonesia

4. Kapan (When)

Sejak 18 Oktober 2022

5. Kenapa (Why)

Perancangan visual website dilakukan guna menginformasikan Fellow Coffee dan fungsi manajemen.

6. Bagaimana(How)

Melakukan perancangan visual *prototype* website yang berfungsi sebagai media penyampaian informasi dan manajemen keuangan *coffee shop*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang prototype website Fellow Coffee untuk kebutuhan *coffee shop* sebagai media penyampaian informasi dan manajemen.

1.5 Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Metode Kualitatif dan Kuantitatif

Dalam penelitian ini, metode yang akan digunakan merupakan metode kualitatif. Metode digunakan karena penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong 2017:6). Menurut Sugiyono (2018:13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan data konkrit, data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi membandingkan visual terhadap website Fellow Coffee dan beberapa visual desain dari website lainnya dilakukan sebagai ajuan dalam perancangan website Fellow Coffee.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk pengumpulan data baik secara wawancara langsung atau kuisisioner dari individu atau komunitas. Wawancara pada penelitian akan dilakukan kepada pemilik Fellow Coffee untuk mendapatkan informasi terkait penelitian. Dan juga melakukan wawancara terhadap ahli UI/UX.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk dapat mendapatkan data baik dari buku ataupun artikel yang relevan dengan topik. Studi Pustaka akan dilakukan mengumpulkan data dari teori dan literatur tentang UI/UX, Strategi Komunikasi Pemasaran, Website.

4. Kuesioner

Memberikan pertanyaan mengenai sesuatu hal atau suatu bidang, yang harus diisi secara tertulis oleh responden (Soewardikoen, 2019:60). Pada metode ini kuesioner diberikan terhadap target melalui media sosial Instagram.

1.5.3 Metode Analisis Data

Menganalisis data adalah menghubungkan antara rumusan masalah dan kerangka teori dengan data-data hasil penelitian (Soewardikoen, 2019: 81). Penelitian ini menggunakan analisis data visual, yaitu tahapan menguraikan dan menginterpretasi gambar secara bertahap.

1. Analisis Visual

Tahapan menguraikan dan interpretasi suatu bentuk karya visual dengan cara pengamatan yang berbeda dengan proses melihat biasa. (Soewardikoen, 2019:88).

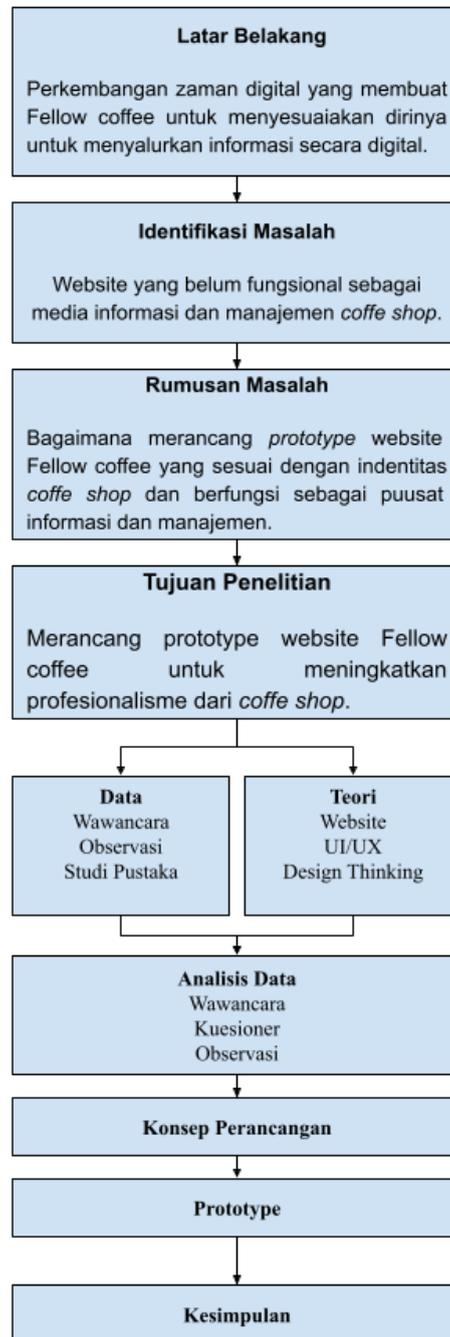
2. Analisis Matriks

Matriks terdiri dari kolom dan baris yang mewaliki dua dimensi yang berbeda yang dapat meupakan konsep atau kumpulan informasi. Analisis matriks berfungsi untuk membandingkan data yang berbeda sehingga dapat menarik kesimpulan dari data tersebut. (Soewardikoen, 2019:104-105).

3. Design Thinking

Menurut Kelley and Brown dalam (Lazuardi & Sukoco, 2019), pendekatan design thinking adalah pendekatan yang berpusat pada manusia terhadap inovasi yang diambil untuk mengintegrasikan kebutuhan orang-orang sebagai pengguna, teknologi, persyaratan untuk kesuksesan bisnis.

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

(Sumber: dokumen pribadi)

1.7 Pembabakan

1. BAB I PENDAHULUAN

Memaparkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, metode pengumpulan dan analisis data, kerangka penelitian, serta pembabakan.

2. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Berisi dari teori-teori yang relevan dengan topik untuk dijadikan landasan perancangan prototype pada *website* Fellow Coffee.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS

Berisikan hasil data yang diperoleh dari narasumber, hasil analisis data, dan kesimpulan untuk perancangan *prototype* untuk *website* Fellow Coffee.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Memuat konsep hingga hasil perancangan karya.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Tertulis kesimpulan dan saran mengenai penulisan dan perancangan.