

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Company profile merupakan elemen penting yang berguna untuk membangun citra perusahaan sebagai entitas yang terpercaya dan memiliki kredibilitas tinggi (Suhartono dkk., 2022). Selain itu, *Company profile* berfungsi sebagai media untuk memperkenalkan identitas perusahaan yang meliputi profil, visi dan misi, hingga produk atau jasa yang disediakan (Ningsih dkk., 2021; Rahastine, 2022). Seiring perkembangan teknologi, *company profile* mengalami transisi dari media konvensional ke media digital seperti video, *website*, dan aplikasi *mobile* (Suhartono dkk., 2022).

Migunani Consulting merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan konsultasi sumber daya manusia, berlokasi di Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia. Perusahaan ini menawarkan berbagai jasa yang mencakup bidang *Human Capital*, Psikologi, dan Hukum, dengan target klien yang meliputi sektor korporasi, institusi pendidikan, hingga individu. Dalam upaya membangun citra yang terpercaya dan berkredibilitas tinggi, Migunani Consulting telah menyusun dokumen *company profile* dalam format PDF. Namun, seiring perkembangan era digital, format tersebut dinilai tidak lagi relevan. Kondisi ini menghambat Migunani Consulting dalam memperkenalkan profil, produk, layanan, dan portofolio mereka kepada audiens yang lebih luas. Sementara itu, para kompetitor telah lebih dahulu memanfaatkan media digital berbasis *website* yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pengguna saat ini. Situasi tersebut berpotensi menjadi ancaman yang dapat melemahkan daya saing Migunani Consulting dalam menarik klien dan membangun kepercayaan di era digital. Ancaman ini sejalan dengan temuan Jolie (2024), yang menyatakan bahwa keterlambatan dalam pemanfaatan teknologi digital berisiko menghambat pertumbuhan bisnis, khususnya dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri.

Kemudahan akses menjadikan *company profile* berbasis *website* sebagai media yang banyak dipilih oleh perusahaan (Arianto dkk., 2022). Selain itu, *company profile* berbasis *website* memungkinkan perusahaan menyajikan informasi melalui fitur-fitur yang menarik dan interaktif (Hardiyansyah & Zen, 2023). Hal ini telah dibuktikan dalam sebuah studi kasus yang diteliti Mukminin (2020) pada perusahaan Lentera Consultant in Law yang menggunakan media *website* untuk *company profile* dalam mempromosikan dan mengenalkan produk layanan perusahaan. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah (1) minat klien terhadap jasa dan layanan yang meningkat, (2) efektivitas proses pemasaran, dan (3) mempermudah interaksi serta komunikasi antara perusahaan dan klien secara digital. Dibuktikan juga dalam penelitian sebuah studi kasus oleh Shahab (2024) pada CV. Tiga Bersama Mandiri yang sedang berupaya untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap perusahaan dan menemukan *potential target* dari produk layanan jasa yang ditawarkan. Dari penelitian ini, ditemukan bahwa (1) media *company profile* berbasis *website* memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan publikasi informasi kepada masyarakat melalui proses yang efisien dan hemat biaya serta (2) meningkatnya *awareness* masyarakat terhadap produk layanan perusahaan yang menghasilkan *potential client target*. Berdasarkan studi kasus yang ada, *website* sebagai *company profile* berperan penting dalam menjaga keberlanjutan sebuah perusahaan dengan meningkatkan eksistensi, efektivitas, relevansi, serta kemudahan akses informasi yang mendukung daya saing perusahaan pada era digital.

Dalam upaya menghadirkan *company profile* yang relevan di era digital, Migunani Consulting memfokuskan perancangan *website* perusahaan pada aspek *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX). Perancangan ini tidak hanya berorientasi pada fungsionalitas, tetapi juga menekankan efektivitas pengalaman pengguna dan tampilan antarmuka guna menarik serta mempertahankan pengguna. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis bertekad untuk mengkaji dan meneliti permasalahan ini lebih lanjut dengan judul “Perancangan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) *Company Profile* Migunani Consulting Berbasis *Website* menggunakan Metode *Design Thinking*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dirumuskan permasalahan utama sebagai berikut:

1. Bagaimana tahap perancangan dan pengembangan *User Experience* (UX) serta *User Interface* (UI) pada *website company profile* Migunani Consulting?
2. Bagaimana hasil pengujian terhadap kesesuaian materi, kelayakan media, dan aspek *usability* pada *website company profile* Migunani Consulting?

1.2.1 Batasan Masalah

Batasan masalah dirumuskan untuk menjaga fokus dan konsistensi penelitian, serta menghindari pembahasan yang menyimpang dari ruang lingkup yang telah ditetapkan. Adapun batasan-batasan tersebut meliputi:

1. Penelitian berfokus pada perancangan *User Experience* (UX) dan *User Interface* (UI) untuk menjawab permasalahan perusahaan dalam menciptakan rancangan media yang mampu menyampaikan informasi perusahaan dengan mudah diakses oleh klien melalui metode *Design Thinking*.
2. Perancangan UI/UX pada *website* berorientasi pada kepuasan dan kenyamanan pengguna dalam menggunakan *website*, tanpa membahas secara spesifik terkait strategi pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar Migunani Consulting.
3. *High-Fidelity Prototype* dilakukan hanya sampai tahap *front-end* dengan menggunakan HTML, CSS, dan JavaScript.
4. Penelitian ini tidak membahas mengenai pemeliharaan dan pengelolaan produk di masa depan, karena hal tersebut merupakan tanggung jawab yang sepenuhnya diambil oleh tim Migunani Consulting, termasuk di dalamnya pengelolaan teknis seperti pembelian domain, penyediaan *hosting*, serta pemeliharaan konten *website* secara berkala.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka ditetapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan tahap perancangan dan pengembangan UI/UX *website company profile* Migunani Consulting.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kesesuaian materi, kelayakan media, dan aspek *usability* pada *website company profile* Migunani Consulting.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah ditetapkan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dan teoretis sebagai berikut:

A. Manfaat Praktis

1. Manfaat bagi perusahaan
 - a) Hasil penelitian dapat menjadi solusi berupa *website company profile* yang membantu Migunani menyampaikan informasi perusahaan berupa profil perusahaan, produk layanan, jasa, serta portofolio perusahaan secara efektif dan profesional kepada target klien.
 - b) Hasil penelitian ini juga menjadi solusi atas kendala Migunani Consulting dalam mempertahankan eksistensi serta memperluas jangkauan pasar secara digital.
 - c) *Website company profile* yang dihasilkan dari penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk dikembangkan lebih lanjut, terutama pada bagian *back-end*.
2. Manfaat bagi penulis
 - a) Penelitian ini menjadi sarana bagi penulis untuk memahami lebih mendalam terkait praktik proses perancangan UI/UX pada produk digital.

- b) Penulis mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan praktis dalam pengembangan *front-end website* menggunakan HTML, CSS, dan JavaScript.
 - c) Hasil dari penelitian ini dapat menjadi portofolio yang bermanfaat di masa depan.
3. Manfaat bagi klien
- a) Media *website company profile* yang dirancang pada penelitian ini memberikan pengalaman pengguna yang nyaman dan efisien dalam mengakses dan memahami informasi mengenai produk layanan yang ditawarkan oleh Migunani Consulting.

B. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi studi kasus yang konkret dalam penerapan *Design Thinking* sebagai metode dalam perancangan UI/UX untuk sebuah *website company profile* yang merepresentasikan identitas dan profesionalisme perusahaan dengan optimal.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini mengacu pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia Menuju *World Class University* (WCU) Edisi 2024 yang mencakup:

1. Bab I Pendahuluan yang membahas mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan ruang lingkup penelitian.
2. Bab II Tinjauan Pustaka yang berfokus pada dasar pendukung penelitian berupa uraian teori serta penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Dalam bab ini juga membahas mengenai kerangka teori dan konsep landasan penelitian.
3. Bab III Metode Penelitian membahas mengenai metoda yang digunakan dalam penelitian. Mencakup jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, hingga prosedur analisis data.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan menyajikan dan membahas segala hasil dan temuan penelitian baik dalam bentuk teks, tabel, atau grafik.
5. Bab V Simpulan dan Saran menyajikan hasil penelitian secara ringkas serta menjawab rumusan masalah. Pada bab ini juga penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.
6. Daftar Pustaka menyajikan sumber-sumber rujukan yang dikutip dan disitasi dalam penulisan skripsi.
7. Lampiran menyajikan informasi atau dokumen tambahan yang relevan dengan penelitian. Lampiran dapat berupa kuesioner, transkrip wawancara, data mentah, dan lain sebagainya.