

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah membawa dampak signifikan terhadap hampir seluruh sektor kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan perdagangan. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta membangun interaksi yang lebih cepat dan efektif dengan pelanggan. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah penggunaan website sebagai media promosi dan komunikasi yang modern dan terintegrasi.

Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang sangat vital dalam mendukung perekonomian nasional. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi secara maksimal, terutama dalam hal digitalisasi bisnis. Menurut (Ohara & Astutik, 2024) inovasi pemasaran berbasis digital terbukti berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui pemanfaatan sistem informasi dan platform digital seperti website dan media sosial. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam strategi pemasaran mampu membantu UMKM memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efektivitas promosi produk secara lebih efisien.

(Suryani et al., 2020) menemukan bahwa terdapat empat dimensi utama yang menentukan kualitas website UMKM di Indonesia, yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan elektronik (*e-service quality*), dan citra perusahaan. Dari keempat dimensi tersebut, *e-service quality* memiliki pengaruh paling besar dalam membentuk loyalitas pengguna. Sayangnya, dalam realitanya, masih banyak UMKM

yang menghadapi kendala dalam mengelola dan mengembangkan sistem informasi yang optimal.

Di Banda Aceh, (Lukiya & Lestari, 2024) melaporkan bahwa meskipun *digital marketing* seperti media sosial dan *e-commerce* telah memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing UMKM kuliner lokal, penggunaan website masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan oleh minimnya interaktivitas dan kurangnya perhatian terhadap aspek *user experience* yang optimal. Penelitian mereka menggarisbawahi pentingnya perancangan website yang tidak hanya informatif, tetapi juga ramah di mata pengguna agar mampu meningkatkan efektivitas komunikasi digital antara pelaku usaha dan konsumen. Maka dari itu, kebutuhan akan website interaktif semakin penting, terutama di kalangan UMKM yang belum memiliki sistem informasi yang terintegrasi. Perusahaan Raja Konveksi Engineering Aceh merupakan salah satu pelaku UMKM yang bergerak di bidang produksi dan penjualan pakaian jadi. Dalam kegiatan operasionalnya, perusahaan ini masih mengandalkan media sosial dan komunikasi manual untuk melayani pemesanan produk. Meskipun metode ini masih relevan, Namun penggunaan sistem yang belum terstruktur dan masih bergantung pada komunikasi manual sering kali menyebabkan keterlambatan respons, kurang konsistennya informasi produk yang disampaikan, serta potensi kesalahan dalam memahami pesanan pelanggan akibat tidak adanya media informasi produk yang tertata secara digital. Hal ini menjadi tantangan serius dalam meningkatkan profesionalitas dan daya saing perusahaan, terutama di era digital saat ini.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dibutuhkan sebuah sistem yang dapat mendukung kegiatan promosi dan pemesanan produk secara daring yang lebih terstruktur, efisien, dan menarik. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah

merancang sebuah website interaktif yang mampu menyajikan informasi perusahaan, katalog produk, fitur ke arah pemesanan, serta informasi kontak secara terpadu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan persepsi pengguna terhadap sistem yang dirancang melalui data numerik hasil kuesioner.

Melalui penelitian ini, diharapkan hasil rancangan website interaktif dapat menjadi langkah awal dalam membantu proses digitalisasi UMKM lokal, meningkatkan daya saing perusahaan, serta memberikan kemudahan akses informasi dan layanan kepada pelanggan secara lebih profesional.

1.2 Identifikasi Masalah

Perusahaan Raja Konveksi Engineering Aceh merupakan salah satu usaha lokal yang bergerak di bidang produksi dan penjualan pakaian. Namun, dalam kegiatan operasionalnya, perusahaan ini masih belum memanfaatkan teknologi website secara optimal sebagai media informasi dan pemesanan produk. Informasi mengenai produk, harga, dan pemesanan masih disampaikan melalui media sosial atau komunikasi langsung, yang kurang efisien dan berisiko menyebabkan miskomunikasi. Selain itu, tidak tersedianya sistem yang terstruktur menyebabkan pelanggan kesulitan mengakses informasi lengkap dan melakukan pemesanan dengan mudah. Permasalahan ini menunjukkan pentingnya perancangan website interaktif yang mampu menyajikan informasi perusahaan secara menyeluruh dan memfasilitasi transaksi secara efisien.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang website interaktif yang dapat digunakan oleh perusahaan Raja Konveksi Engineering Aceh sebagai media informasi dan pemesanan produk?
2. Layanan apa saja yang dirancang dalam website interaktif untuk mendukung kegiatan promosi dan pemesanan produk UMKM Raja Konveksi Engineering Aceh?
3. Bagaimana tingkat kepuasan dan respon pengguna terhadap tampilan, fitur, serta fungsionalitas website interaktif Raja Konveksi Engineering Aceh?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk merancang sebuah website interaktif yang dapat digunakan oleh perusahaan Raja Konveksi Engineering Aceh sebagai media informasi dan pemesanan produk.
2. Merancang dan mendeskripsikan layanan-layanan utama dalam website interaktif yang dapat memfasilitasi promosi serta pemesanan produk secara efektif.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan dan respon pengguna terhadap tampilan, fitur, serta fungsionalitas website interaktif Raja Konveksi Engineering Aceh.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada perancangan dan pengembangan website interaktif untuk perusahaan Raja Konveksi Engineering Aceh sebagai media informasi dan pemesanan produk. Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Website dikembangkan menggunakan *framework* CodeIgniter berbasis PHP dengan dukungan Bootstrap, JavaScript, dan MySQL sebagai teknologi utama dalam membangun tampilan yang responsif, interaktif, serta sistem penyimpanan data yang terstruktur. Fokus penelitian tidak mencakup pengembangan aplikasi berbasis mobile ataupun sistem dengan integrasi API eksternal. Pengujian sistem dibatasi pada aspek tampilan, fungsionalitas dasar, dan tingkat kepuasan pengguna yang diukur melalui penyebaran kuesioner kepada responden terbatas. Pengujian tidak mencakup uji keamanan, performa server, ataupun pengujian lanjutan terkait skalabilitas sistem.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis: Penelitian ini memberikan pengalaman langsung dalam merancang dan mengembangkan website interaktif yang sesuai dengan kebutuhan pengguna riil di dunia usaha. Penulis juga memperoleh pemahaman praktis dalam menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan, terutama dalam bidang sistem informasi, desain web, serta digitalisasi proses bisnis pada sektor UMKM.
2. Bagi Perusahaan Raja Konveksi Engineering Aceh: Website yang dirancang dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi digital yang mendukung kegiatan promosi dan pemesanan produk secara lebih efisien dan profesional. Dengan adanya website interaktif, perusahaan dapat menyampaikan informasi secara sistematis, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap brand dan layanan yang ditawarkan.
3. Bagi Konsumen atau Pelanggan: Konsumen akan memperoleh kemudahan dalam mengakses informasi produk, melihat katalog desain, dan melakukan pemesanan

tanpa perlu datang langsung ke lokasi. Website ini juga memberikan kenyamanan dalam proses transaksi serta menjamin keterbukaan informasi terkait produk dan layanan yang tersedia, sehingga mendorong terciptanya pengalaman belanja yang lebih efisien dan menyenangkan.