

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemanfaatan digital branding menjadi semakin penting bagi pelaku usaha di Indonesia dalam membangun citra merek yang kuat dan bersaing di pasar global, khususnya dengan adanya perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan media sosial serta platform e-commerce. Melalui digital branding, perusahaan maupun UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dan kepercayaan konsumen, serta memperkuat loyalitas merek dengan memanfaatkan konten visual dan komunikasi yang personal. Namun demikian, tantangan seperti keterbatasan anggaran, rendahnya literasi digital, dan kesulitan menciptakan konten berkualitas masih sering dijumpai, sehingga diperlukan dukungan berupa pelatihan serta kolaborasi agar pelaku usaha dapat memaksimalkan strategi digital branding. Penggabungan antara narasi budaya autentik, *storytelling*, dan teknik pemasaran kontemporer terbukti dapat membedakan produk lokal dan menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat dengan konsumen di era digital, sehingga strategi ini menjadi mekanisme utama bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di lingkungan bisnis modern[1].

Kings Parfume adalah perusahaan yang didirikan pada Januari 2024 dengan visi untuk menyediakan parfum berkualitas tinggi yang terjangkau bagi masyarakat Indonesia. Perusahaan ini mengutamakan kualitas premium dan keberlanjutan dalam setiap produknya, serta berfokus pada inovasi dalam menghadirkan aroma yang dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen. Produk-produk *Kings Parfume* mencakup berbagai varian parfum untuk wanita dan pria, termasuk produk premium yang menawarkan aroma eksklusif. Proses bisnisnya meliputi pengembangan produk yang berkelanjutan, pemasaran melalui platform digital seperti Instagram dan TikTok, serta penjualan melalui toko fisik dan marketplace[2]. Perusahaan juga menawarkan layanan pemesanan online yang aman dan pengiriman cepat, memastikan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

Keberhasilan *Kings Parfume* di pasar tidak terlepas dari strategi pemasaran yang berbasis pada keberagaman produk, harga yang kompetitif, dan layanan personalisasi yang meningkatkan daya tarik konsumen[3].

Branding *Kings Parfume* saat ini sudah cukup kuat berkat pemanfaatan media sosial dan marketplace, tetapi masih memiliki kekurangan, terutama dalam hal mengembangkan website company profile yang lebih profesional dan informatif. Website yang belum sepenuhnya optimal menyebabkan terbatasnya penambahan informasi mengenai perusahaan, produk, dan layanan yang bisa meningkatkan kepercayaan konsumen. Meskipun perusahaan telah memiliki produk berkualitas tinggi dan layanan yang responsif, kehadirannya di media sosial dan marketplace harus diperkuat dengan fitur-fitur tambahan pada website, seperti program loyalitas, personalisasi produk, dan pengembangan konten visual yang menarik. Selain itu, keterbatasan sumber daya dalam hal modal dan tenaga kerja, serta ketergantungan pada media sosial untuk promosi, merupakan tantangan yang perlu diatasi agar bisa bersaing lebih efektif dengan merek besar lainnya di pasar.

Manfaat dari website company profile bagi *Kings Parfume* sangat signifikan dalam membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Website ini tidak hanya berfungsi sebagai media untuk memperkenalkan produk dan layanan, tetapi juga sebagai alat penting dalam memperluas jangkauan pasar. Dengan tampilan yang profesional dan informasi yang mudah diakses, perusahaan dapat menyampaikan visi, misi, serta produk unggulannya secara efektif. Selain itu, website ini memberikan fleksibilitas yang lebih besar dibandingkan dengan materi cetak dalam hal pembaruan informasi dan biaya operasional yang lebih rendah. Keberadaan website yang menarik dan informatif juga dapat meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui fitur-fitur tambahan seperti layanan personalisasi produk dan program loyalitas. Hal ini memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan, menciptakan citra positif, dan mempermudah proses pembelian, sehingga dapat meningkatkan daya saing di pasar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu implementasi pengembangan dan pengembangan *company profile* berbasis web yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pemasaran produk *Kings Perfume*.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa batasan agar ruang lingkup pembahasan tetap fokus dan terarah pada tujuan utama, yaitu pembuatan website *company profile* untuk mendukung peningkatan penjualan *Kings Parfum*. Batasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya difokuskan pada proses perancangan dan pengembangan website *company profile*, tidak mencakup pengembangan sistem penjualan (*e-commerce*) atau fitur transaksi online.
2. Konten dalam website dibatasi pada elemen-elemen utama *company profile*, yaitu sejarah usaha, visi dan misi, katalog produk parfum, informasi kontak, dan tautan media sosial.
3. Aspek teknis pengembangan website mencakup desain antarmuka pengguna (UI), struktur halaman (navigasi), dan pemilihan platform pembuatan website seperti HTML statis sederhana, tanpa menggunakan *backend* kompleks atau *database* dinamis.
4. Fokus utama adalah pada penyajian informasi dan visual branding.

1.4 Tujuan

Berikut adalah tujuan penelitian:

1. Merancang dan mengembangkan website *company profile* yang menampilkan informasi usaha *Kings Parfum* secara informatif, profesional, dan menarik.
2. Menjadikan website *company profile* sebagai bagian dari strategi branding

digital yang mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

1.4 Profil

Berikut adalah rincian profil

Tabel 1. 1 Rincian Profil sesuai Spesifik Jalur

Nama Usaha	King's Perfume
Nama Pendiri Usaha	Ibnu Muhammad
Legalitas	-
Link Akta Pendirian	-
Bidang Usaha	Kosmetik
Tahun Berdiri	2024

Surat Keterangan
Usaha (SKU)



PEMERINTAH KOTA BEKASI
KECAMATAN MUSTIKAJAYA
KELURAHAN MUSTIKAJAYA
Jl. Raya Mustikajaya No. 66 Kota Bekasi

SURAT KETERANGAN USAHA

Nomor : SK/1454-03.03

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Kelurahan Kecamatan Mustikajaya Kota Bekasi, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : IRWU MUHAMMAD
Tempat/Tgl. Lahir : Bekasi, 24-09-2003
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Pendidikan : Sekolah Tinggi Baiturrahman
NIK : 3275601410600001
Alamat KTP : Kp. Cikarang Sawah, RT 003 RW 003
Kelurahan Mustikajaya, Kecamatan Mustikajaya
Kota Bekasi

Berdasarkan Surat Perizinan RT 003 RW 003 Kelurahan Mustikajaya Kecamatan Mustikajaya Kota Bekasi Nomor :104903-60315.2023 Tanggal 03-09-2023 dan Surat Perizinan dari yang berwenang, serta pada saat ini tidak ada halangan yang menghalangi untuk diterbitkan SKU ini.

Nama Usaha : "KENCER PAFUMS"
Jenis Usaha : Retail Parfum
Alamat Usaha : Kp. Cikarang Sawah, RT 003 RW 003
Kelurahan Mustikajaya, Kecamatan Mustikajaya
Kota Bekasi

Keterangan yang terdapat di surat ini:

1. Surat Keterangan Usaha (SKU) ini dibuat berdasarkan data usaha, tidak sebagai pengganti surat wajib lainnya.
2. Surat Keterangan Usaha (SKU) ini dibuat berdasarkan data usaha yang terdapat dalam dokumen yang terdapat di Kantor Kelurahan Mustikajaya, serta terdapat data yang terdapat di Kantor Kelurahan Mustikajaya.
3. Apabila di kemudian hari Usaha yang dimaksud tidak dapat beroperasi karena alasan apapun, maka surat ini akan dicabut.
4. Surat Keterangan Usaha (SKU) ini dapat digunakan sebagai pengganti surat wajib lainnya yang terdapat dalam dokumen yang terdapat di Kantor Kelurahan Mustikajaya.
5. Surat Keterangan Usaha (SKU) ini dapat digunakan sebagai pengganti surat wajib lainnya yang terdapat dalam dokumen yang terdapat di Kantor Kelurahan Mustikajaya.
6. Surat Keterangan Usaha (SKU) ini dapat digunakan sebagai pengganti surat wajib lainnya yang terdapat dalam dokumen yang terdapat di Kantor Kelurahan Mustikajaya.

Tanda Tangan:

IRWU MUHAMMAD



Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik pasal 18 ayat (6), Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan identitas dan legalitas utama bagi pelaku usaha yang diterbitkan melalui sistem OSS dan digunakan sebagai pengganti Surat Keterangan Usaha (SKU) dalam proses perizinan serta pembuktian keberadaan usaha secara resmi di Indonesia. Dikarenakan usaha ini baru jalan 1 tahun dan masih dalam masa penajakan, usaha ini masih menggunakan legalitas dalam bentuk Surat Keterangan

	Usaha yang di sahkan oleh Kecamatan dan Kelurahan Mustikajaya Kota Bekasi.
Banyaknya karyawan	1
Besar Omset per Bulan	Rp. 15.000.000
Besar Profit per Bulan	RP.8.000.000 – Rp. 10.000.000
Sumber Modal	Keluarga
Jumlah Downloader	-
Jumlah User Aktif	Tiktok : 1408 user
Jumlah pelanggan	15 – 20 / hari
Mitra Bisnis	Glaressa Fashion
Link Website Usaha Anda	https://kingsparfume.my.id/
Link Sosial Media Usaha Anda	IG : https://www.instagram.com/kingsparfume.id?igsh=ZGdhbmhwM2QxaDJ6 Tiktok : https://www.tiktok.com/@parfume_kings?_t=ZS-8x7MvGHOEkS&_r=1
Link Video Company Profile	https://www.instagram.com/share/BAkT_ceHGx
Link Struktur Organisasi	-

Link Pitch Deck	-
Foto Produk	
Prestasi yang sudah pernah diraih	-