

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

PT Algoritma Arefta Indonesia menghadapi tantangan dalam menyampaikan informasi perusahaan secara efektif kepada klien dan mitra potensial. Saat ini, perusahaan mengandalkan metode promosi tradisional yang memiliki keterbatasan dalam jangkauan dan interaktivitas. Selain itu, absennya platform digital yang representatif mengakibatkan kurangnya visibilitas di dunia maya, sehingga menyulitkan calon klien untuk mendapatkan informasi lengkap tentang layanan dan portofolio perusahaan. Masalah serupa pernah dihadapi oleh CV. Priyandra Kinarya Cipta, yang awalnya hanya menggunakan media cetak untuk promosi dan mengalami keterbatasan dalam menjangkau audiens yang lebih luas [1].

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penerapan metode *Design Thinking* dalam pengembangan *website company profile* menjadi solusi yang tepat. *Design Thinking* adalah pendekatan yang berpusat pada pengguna, yang melibatkan tahapan empati, definisi masalah, ideasi, prototipe, dan pengujian. Pendekatan ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan antarmuka dan pengalaman pengguna (UI/UX) pada berbagai platform digital. Sebagai contoh, penelitian oleh [2] menunjukkan bahwa penerapan *Design Thinking* dalam pengembangan UI dan UX dapat menghasilkan prototipe yang responsif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. selain itu, studi oleh [3] menegaskan bahwa metode ini mampu memberikan solusi desain antarmuka yang lebih baik melalui pendekatan berbasis pengalaman pengguna.

Dalam penelitian ini, akan menerapkan metode *Design Thinking* untuk merancang dan mengembangkan *website company profile* PT Algoritma Arefta Indonesia. Proses ini akan dimulai dengan memahami kebutuhan dan preferensi pengguna melalui tahap empati, kemudian mendefinisikan permasalahan utama yang dihadapi. Selanjutnya, akan melakukan brainstorming untuk menghasilkan

ide-ide kreatif, membuat prototipe desain, dan mengujinya langsung dengan pengguna. Pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan website yang tidak hanya informatif, tetapi juga interaktif dan *user-friendly*, sehingga mampu meningkatkan visibilitas perusahaan dan memudahkan akses informasi bagi klien serta mitra potensial.

Selain meningkatkan visibilitas perusahaan, *website company profile* yang dikembangkan dengan metode *Design Thinking* juga berpotensi meningkatkan kredibilitas perusahaan. *Website* dengan desain interaktif dan pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan serta meningkatkan peluang konversi bisnis. Hal ini penting bagi PT Algoritma Arefta Indonesia dalam menarik perhatian calon klien serta menunjukkan profesionalisme mereka dalam industri yang kompetitif.

Dengan menerapkan pendekatan *Design Thinking*, penelitian ini akan memberikan solusi yang inovatif dalam pembuatan *website* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan tujuan bisnis perusahaan. Hasil akhir dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain yang menghadapi permasalahan serupa dalam pengembangan platform digital mereka. Melalui implementasi yang terstruktur, PT Algoritma Arefta Indonesia akan memiliki *website company profile* yang tidak hanya berfungsi sebagai media informasi tetapi juga sebagai alat strategis untuk meningkatkan daya saing perusahaan di era digital.

## **1.2 Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimana cara meningkatkan visibilitas PT Algoritma Arefta Indonesia melalui *website company profile*?
2. Bagaimana penerapan metode *Design Thinking* dapat membantu dalam pengembangan *website company profile* yang *user-friendly* dan interaktif?

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar penelitian lebih terarah dan fokus, maka batasan masalah yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pengembangan *website company profile* PT Alortima Arefta Indonesia.
2. Evaluasi yang dilakukan akan terbatas pada aspek UI/UX dan kemudahan akses bagi pengguna.
3. Pengujian hanya dilakukan pada calon pengguna internal perusahaan dan beberapa klien potensial.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis kebutuhan pengguna dalam pengembangan desain *website company profile* PT Alortima Arefta Indonesia.
2. Menerapkan metode *Design Thinking* dalam proses perancangan dan pengembangan website.
3. Mengevaluasi efektivitas desain *website* berdasarkan prinsip pengalaman pengguna (UX).
4. Memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan kualitas dan fungsionalitas *website company profile* perusahaan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Menambah wawasan mengenai penerapan metode Design Thinking dalam pengembangan desain *website company profile*.
2. Memberikan kontribusi akademik dalam bidang desain UX/UI dan pengembangan website berbasis kebutuhan pengguna.
3. Menjadi referensi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan desain website dan pengalaman pengguna.
4. Membantu PT Alortima Arefta Indonesia dalam mengembangkan website *company profile* yang lebih user-friendly, fungsional, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan serta mitra bisnis.
5. Meningkatkan pengalaman pengguna (UX) dengan desain yang lebih

intuitif, menarik, dan mudah diakses.

6. Memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan lain dalam mengembangkan website company profile yang efektif dengan pendekatan Design Thinking.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran secara garis besar mengenai isi dari setiap bab yang terdapat dalam skripsi. Setiap bab akan dijelaskan secara singkat untuk menunjukkan alur pemikiran dan langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian. Berikut adalah uraian sistematika penulisan dari penelitian ini:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang penelitian yang menjelaskan pentingnya pengembangan desain *website company profile* dengan metode *Design Thinking* di PT Algoritma Arefta Indonesia. Selain itu, bab ini juga mencakup rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta ruang lingkup penelitian yang membatasi pembahasan agar tetap fokus pada tujuan yang ingin dicapai.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas teori-teori yang mendukung penelitian, termasuk konsep *Design Thinking*, prinsip desain UX/UI, serta peran *website company profile* dalam dunia bisnis. Selain itu, bab ini juga mengulas penelitian terdahulu yang relevan sebagai referensi dalam mendukung penelitian ini.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk pendekatan *Design Thinking*, teknik pengumpulan data, dan tahapan pengembangan desain *website*. Selain itu, bab ini juga mencakup metode analisis data yang digunakan untuk mengevaluasi efektivitas desain *website* yang dikembangkan.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari implementasi metode *Design Thinking* dalam pengembangan *website company profile* PT Algoritma Arefta Indonesia. Hasil yang diperoleh akan dianalisis dan dibandingkan dengan teori yang telah dibahas sebelumnya. Selain itu, pembahasan akan menguraikan sejauh mana desain *website* yang dihasilkan dapat meningkatkan pengalaman pengguna.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian berdasarkan hasil yang telah diperoleh serta saran bagi PT Algoritma Arefta Indonesia dalam pengembangan *website company profile* yang lebih baik. Selain itu, saran juga diberikan bagi penelitian selanjutnya agar dapat lebih mengembangkan studi ini di masa depan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Bagian ini mencantumkan seluruh sumber referensi yang digunakan dalam penelitian, baik dari buku, jurnal ilmiah, artikel, maupun sumber terpercaya lainnya. Daftar pustaka disusun berdasarkan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku agar memudahkan pembaca dalam menelusuri referensi yang digunakan.