

BAB 1

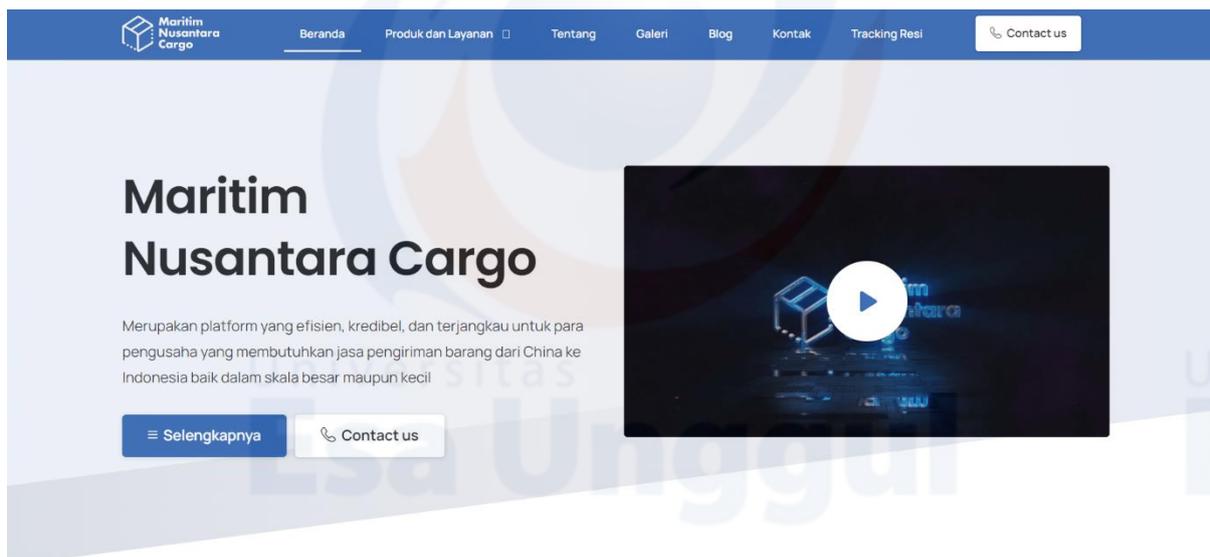
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam menjalankan bisnisnya setiap pengusaha perlu mempromosikan usahanya untuk bisa menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa usahanya. Perkembangan teknologi menuntut bisnis skala kecil dan menengah untuk menggunakan *marketing* yang efektif supaya bisa bersaing dengan kompetitor (Putrinda, Widjanarko, Zahar, 2022:124), secara garis besar ada dua macam media promosi yaitu media promosi tradisional dan media promosi digital. Contoh media promosi tradisional adalah media cetak (koran, majalah, tabloid dan lain sebagainya), radio, televisi, iklan banner, *billboard* dan lain sebagainya. Tapi promosi jenis ini punya kekurangan karena mahal biaya promosi baik dari sisi medianya maupun biaya promosinya. Sedangkan promosi melalui media digital banyak dilakukan dengan media sosial, jaringan *website*, mesin pencari dan lain sebagainya. Kelebihan promosi melalui media digital adalah biayanya lebih murah, pelaksanaannya mudah dan cepat serta bisa menjangkau pengguna internet diseluruh dunia (Lustono, Cahyani, 2020:3). Salah satu teknologi media digital yang banyak dipakai sebagai salah satu sarana promosi dan informasi adalah *website*. *Website* lebih mudah diakses oleh masyarakat sehingga bisa digunakan sebagai media pemasaran, informasi, komunikasi dan promosi suatu usaha (Hasugian, 2018:82).

Maritim Nusantara Cargo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang logistik dan *freight forwarding* yang melayani pengiriman dari Cina ke Indonesia. Berdiri sejak Maret 2018, Maritim Nusantara Cargo menawarkan jasa impor FCL (*Full Cargo Loaded*) dan LCL (*Less Cargo Loaded*) melalui jalur laut dan udara, jasa belanja serta jasa penukaran uang dari Rupiah ke Yuan. Hingga saat ini Maritim Nusantara Cargo telah melayani puluhan *customer* dari berbagai daerah dengan tujuan memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi para pengusaha yang ingin melakukan impor barang dari Cina ke Indonesia. Dalam menjalankan usahanya Maritim Nusantara Cargo juga memiliki sebuah *website* yang berguna sebagai *company profile* dari usahanya. Namun sayangnya desain website yang ada saat ini belum menerapkan prinsip *User Interface* (UI) dan *User Interaction* (UX) yang tepat. Padahal menurut penelitian terbaru dari Stanford, 75% customer mengklaim bahwa mereka menilai kredibilitas suatu brand berdasarkan kualitas *website*-nya. Dan menurut Forrester, perusahaan

penelitian market global terkemuka, *User Interface* (UI) yang baik akan meningkatkan conversion rate sampai 200% sementara *User Experience* (UX) yang mulus akan meningkatkannya antara 300-400%. *User Interface* (UI) fokus pada tampilan aplikasinya seperti tata letak layout, warna, tipografi, hierarki, komponen dan fitur yang ada di dalam *website*, sedangkan *User Experience* (UX) lebih fokus ke pengalaman pengguna keseluruhan, bagaimana menciptakan *website* yang mudah digunakan. Singkatnya, sangat ditekankan pentingnya UI dan UX dalam desain *website* untuk promosi digital, karena keduanya menentukan kesan pertama *user* dan *brand recognition* saat mengakses suatu *website*. Singkatnya, desain UI akan mempengaruhi kesan pertama pengguna melihat produk Anda. Sementara itu, UX mempengaruhi bagaimana pengalaman pengguna saat menggunakan produk. Selain itu desain UI/UX juga memegang peranan kunci dalam promosi produk atau jasa secara digital karena membentuk pengalaman *user* dan menentukan kesuksesan suatu produk (Bilousova, Gryzun, Zhytienova 2021:2) Berikut ini merupakan tampilan *website* Maritim Nusantara Cargo saat ini

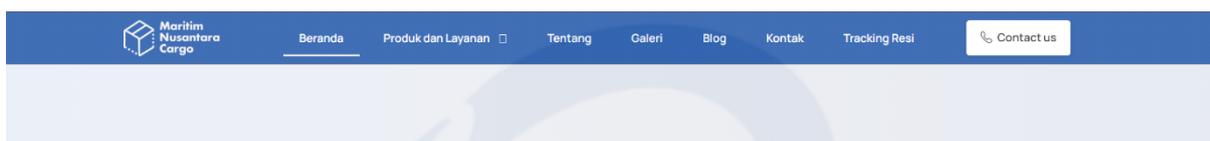


Gambar 1.1

Tampilan *header website* Maritim Nusantara Cargo

Sumber: <https://mnclogistic.com/#>

Diunduh tanggal 30 Juli 2023, 11:27 WIB

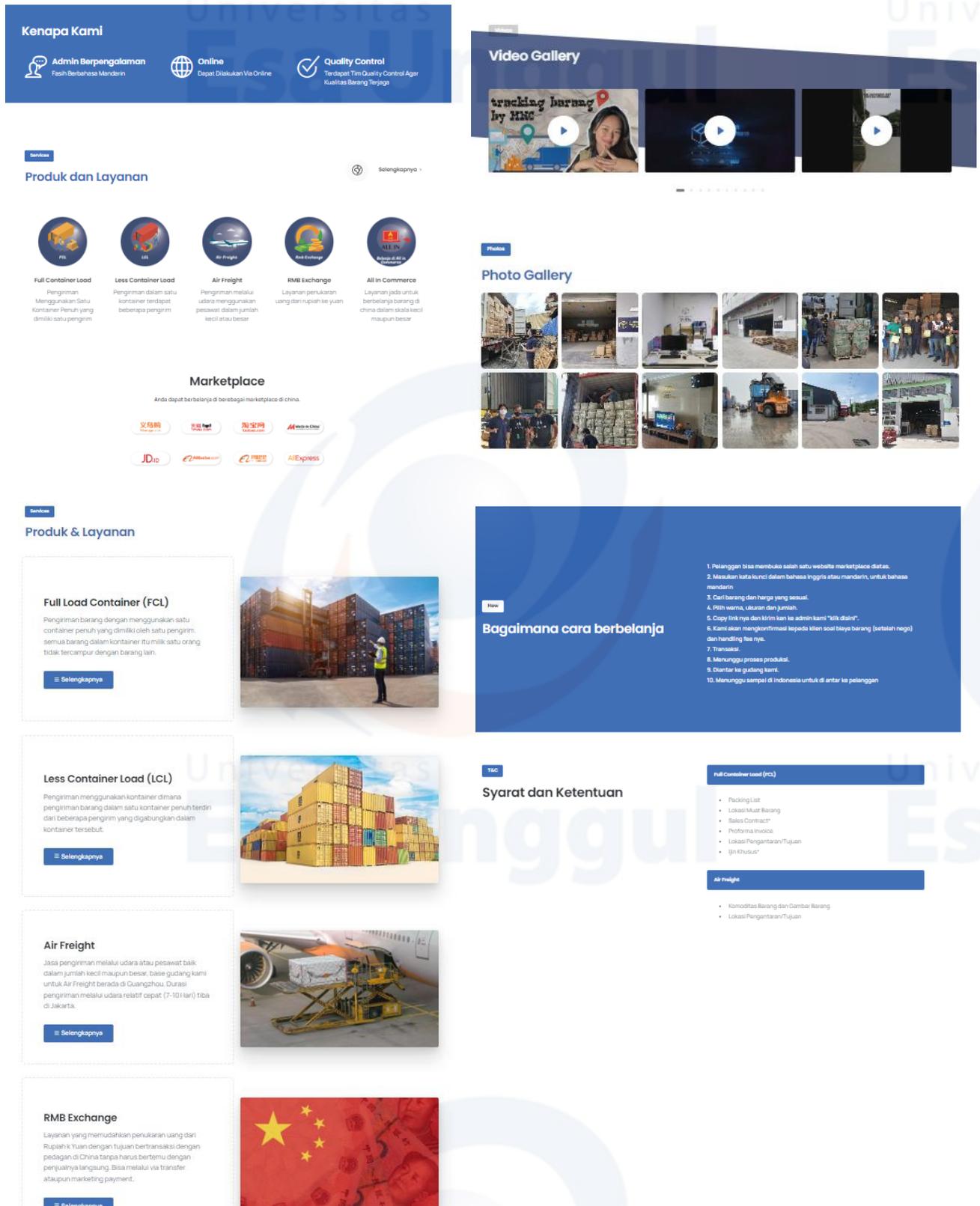


Gambar 1.2

Tampilan navigasi *website* Maritim Nusantara Cargo

Sumber: <https://mnclogistic.com/#>

Diunduh tanggal 30 Juli 2023, 11:27 WIB



Gambar 1.3

Tampilan konten homepage Maritim Nusantara Cargo

Sumber: <https://mnclogistic.com/#>

Diunduh tanggal 30 Juli 2023, 11:27 WIB

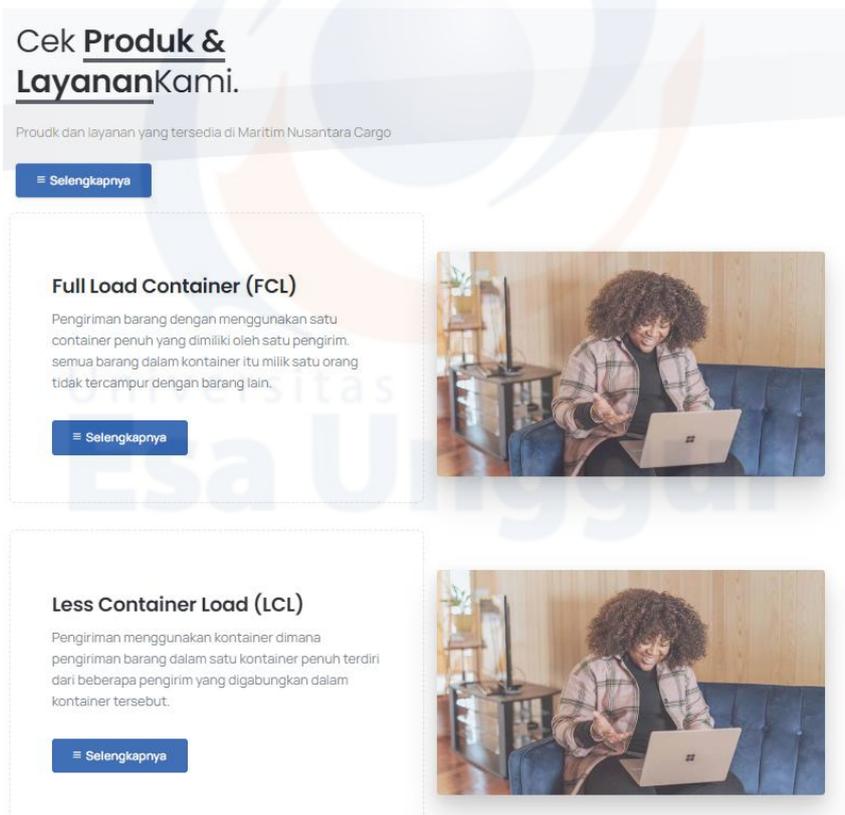


Gambar 1.4

Tampilan *footer website* Maritim Nusantara Cargo

Sumber: <https://mnclogistic.com/#>

Diunduh tanggal 30 Juli 2023, 11:27 WIB



Gambar 1.5

Tampilan *menu layanan website* Maritim Nusantara Cargo

Sumber: <https://mnclogistic.com/#>

Diunduh tanggal 30 Juli 2023, 11:27 WIB

Dari tampilan gambar-gambar diatas ditemukan beberapa masalah dari *website*-nya seperti navigasi menu yang terlalu kompleks, *banner image* di *homepage* yang menciptakan kesan pertama kurang baik bagi *website*-nya, penggunaan ikon yang tidak konsisten (2D dan 3D), *homepage* yang mempunyai pengulangan informasi yang tidak perlu dan terlalu banyak informasi, tombol *Call to Action* (CTA) Button yang kurang mencolok, foto yang dipakai memakai *stock photo* yang sama serta tidak sesuai dengan konten dan penggunaan bahasa yang tidak konsisten.

Berdasarkan uraian diatas, secara keseluruhan *website* Maritim Nusantara Cargo saat ini masih bisa diperbaiki tampilannya karena belum menerapkan prinsip *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX). Disamping itu juga akan ditambahkan video edukasi yang menjelaskan mengenai proses impor jolut laut sehingga disamping digunakan untuk kepentingan bisnis, *website* ini juga dapat mengedukasi *customer* serta membedakan *website* Maritim Nusantara Cargo dengan kompetitornya.

Oleh karena itu penulis memilih untuk merancang ulang tampilan *website*-nya sebagai media utama untuk sarana promosi dan informasi supaya desainnya bisa mengkomunikasikan pesannya melalui visual dan mudah diakses oleh *user*. Sehingga dengan adanya *website* ini perusahaan Maritim Nusantara Cargo dapat menjangkau lebih banyak *customer* kedepannya dan mempermudah customer yang mau mengakses informasi serta mengetahui jasanya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membuat desain *website* Maritim Nusantara Cargo yang bisa mengkomunikasikan pesan secara visual?
2. Bagaimana membuat desain *website* Maritim Nusantara Cargo yang mudah diakses oleh *user*?
3. Bagaimana membuat desain *website* Maritim Nusantara Cargo yang membedakan dengan kompetitornya?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dibuat agar penulis tidak keluar dari permasalahan utama dan fokus dalam perancangan ulang desain. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, perancangan ulang ini hanya difokuskan pada permasalahan seputar informasi dan promosi Maritim Nusantara Cargo yang dibuat dalam media interaktif berupa *website* yang bisa mengakses informasi tentang Maritim Nusantara Cargo dalam bentuk *prototype* dengan menggunakan konsep desain dan aturan membuat *website* yang baik.

1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan

Maksud dan tujuan perancangan ulang desain *website* perusahaan Maritim Nusantara Cargo adalah:

1. Membuat desain *website* Maritim Nusantara Cargo yang bisa mengkomunikasikan pesan secara visual.
2. Membuat desain *website* Maritim Nusantara Cargo yang mudah diakses oleh *user*.
3. Membuat desain *website* Maritim Nusantara Cargo yang membedakan dengan kompetitornya.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Perancangan ulang desain *website* Maritim Nusantara Cargo dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara dan observasi.

1.5.1 Wawancara

Metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan mengajukan pertanyaan kepada responden yang dipercaya sebagai narasumber untuk mendapatkan *feedback* mengenai *website* Maritim Nusantara Cargo.

Berikut nama-nama narasumber yang penulis wawancarai untuk mendapatkan informasi:

1. Billton selaku *owner* Maritim Nusantara Cargo.
2. Ferico selaku *customer* Maritim Nusantara Cargo

1.5.2 Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan peninjauan langsung, mengkaji dan menganalisa langsung ke lokasi, yaitu Pelabuhan Tanjung Priok di Jakarta Utara.

1.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa data-data yang dipakai sebagai acuan proses perancangan ulang website ini merupakan data-data yang kredibel dan bisa dipertanggung jawabkan.



Gambar 1.6

Penulis bersama Billton sebagai *owner* Maritim Nusantara Cargo

Sumber: Felicia, 2022



Gambar 1.7

Penulis bersama Ferico sebagai *customer* Maritim Nusantara Cargo

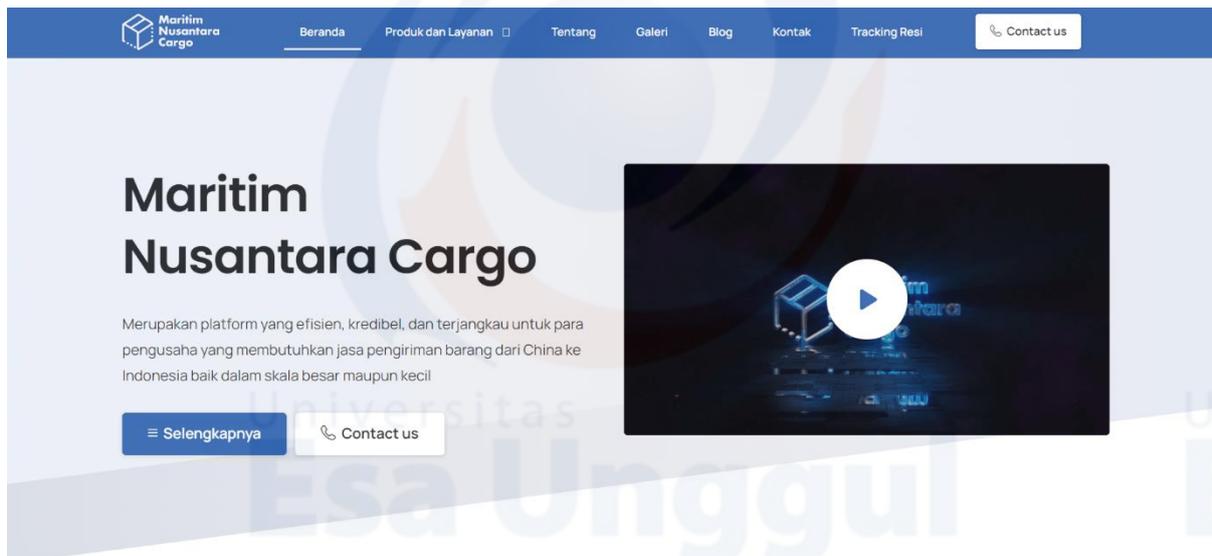
Sumber: Felicia, 2023



Gambar 1.8

Penulis bersama Ibu Reni sebagai *staff* Otoritas Pelabuhan Utama Tanjung Priok

Sumber: Felicia, 2023



Gambar 1.9

Website Maritim Nusantara Cargo

Sumber: <https://mnclogistic.com/#>

Diunduh tanggal 30 Juli 2023, 11:27 WIB

How Do People Evaluate a Web Site's Credibility?

Results from a Large Study

A report of research by

B.J. Fogg, Ph.D., Cathy Soohoo, David Danielson
Persuasive Technology Lab
Stanford University

Leslie Marable
Consumer WebWatch

Julianne Stanford and Ellen R. Tauber
Sliced Bread Design, LLC

Report Released: October 29, 2002

Report Updated on November 11, 2002

Study term: June 15, 2002, to August 15, 2002

Gambar 1.10

Research paper How Do People Evaluate Website's Credibility?

Sumber: <https://www.shs-https://dejanmarketing.com/media/pdf/credibility-online.pdf>

Diunduh tanggal 4 Agustus 2023, 20:33 WIB

1.6 Kerangka Pemikiran

Berikut kerangka pemikiran perancangan ulang desain *website* Maritim Nusantara Cargo.



Gambar 1.11
Kerangka Pemikiran

1.7 Skematika Perancangan



Gambar 1.12 Skematika Perancangan