

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan internet saat ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap berbagai bidang usaha, termasuk bisnis *coffee shop* (Rasyid dkk., 2026). *Website* tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga menjadi sarana promosi digital yang efektif untuk memperkenalkan produk, layanan, dan identitas usaha kepada masyarakat yang lebih luas. Melalui *website*, pelanggan dapat memperoleh informasi mengenai profil usaha, menu, lokasi, serta berbagai informasi lainnya secara cepat dan mudah (Saipul dkk., 2026)

Alaka Coffee merupakan salah satu usaha *coffee shop* yang berdiri sejak tahun 2020 dan telah berkembang dengan memiliki tiga cabang, yaitu dua cabang di Kota Pekanbaru yang berlokasi di Jalan Mulya Sari dan Bandara Sultan Syarif Kasim (SSK), serta satu cabang di Kota Manado. *Alaka Coffee* menawarkan berbagai minuman berbasis kopi dengan konsep tempat yang nyaman dan modern. Seiring dengan perkembangan usaha dan bertambahnya jumlah cabang, kebutuhan akan media promosi yang mampu menyampaikan informasi secara terpusat dan mudah diakses menjadi semakin penting. Dalam hasil wawancara kepada Ibu Nina Fadilah Najwa dan sebagai pemilik *Alaka Coffee*, kegiatan promosi yang dilakukan saat ini masih mengandalkan media sosial Instagram sebagai media utama dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan. Penggunaan media sosial tersebut dinilai belum mampu memberikan informasi secara lengkap dan terstruktur mengenai profil usaha, daftar menu, lokasi cabang, maupun informasi promosi yang sedang berlangsung.

Selain itu, keterbatasan media promosi yang digunakan menyebabkan informasi yang disampaikan kepada pelanggan kurang optimal. Pelanggan harus menelusuri berbagai unggahan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Di sisi lain, *Alaka Coffee* juga belum memiliki media promosi berbasis *website* yang dapat digunakan untuk menampilkan informasi usaha secara lebih luas, dan mudah diakses oleh calon pelanggan maupun pelanggan tetap.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan sebuah *website* yang dapat

digunakan sebagai media promosi digital bagi *Alaka Coffee*. *Website* yang dikembangkan diharapkan mampu membantu memperluas jangkauan promosi, meningkatkan visibilitas usaha, serta mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi mengenai *Alaka Coffee* secara lengkap dan terpusat. Dengan adanya *website* sebagai media promosi, *Alaka Coffee* dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat lebih luas.

Pada penelitian ini, metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode *Prototyping*. Metode *Prototyping* dipilih karena mampu membantu pengembang dan pengguna dalam melakukan komunikasi secara langsung selama proses pengembangan sistem (Kustanto dkk., 2024). Dengan metode ini, pengguna dapat memberikan masukan terhadap rancangan sistem yang dibuat sehingga sistem yang dihasilkan dapat lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana merancang dan membangun *website* *Alaka Coffee* sebagai media promosi *digital*?
- b. Bagaimana menerapkan metode *Prototyping* dalam pengembangan *website* *Alaka Coffee*?
- c. Bagaimana *website* dapat membantu pelanggan dalam memperoleh informasi mengenai *Alaka Coffee* secara *online*?
- d. Bagaimana hasil pengujian fungsionalitas dan *usability* terhadap *website* yang dikembangkan?

1.3 Batasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas, batasan masalah yang diterapkan adalah sebagai berikut:

- a. Sistem yang dikembangkan berbasis *website* untuk *Alaka Coffee*.
- b. *Website* hanya berfokus sebagai media promosi dan penyampaian informasi.
- c. Aktor pada sistem terdiri dari *admin*, dan pelanggan.

- d. Pelanggan dapat melihat informasi mengenai *Alaka Coffee*, menu, promo, FAQ, dan lokasi cabang.
- e. Sistem tidak membahas pemesanan *online*, pembayaran, maupun pengiriman produk

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengembangkan *website Alaka Coffee* sebagai media promosi digital yang dapat menampilkan informasi mengenai profil *coffee shop*, daftar menu, lokasi, kontak, dan informasi lainnya dan dapat diakses oleh masyarakat.
- b. Menerapkan metode *Prototyping* dalam proses pengembangan *website Alaka Coffee* agar kebutuhan pengguna dapat diidentifikasi, dievaluasi, dan disesuaikan melalui proses perancangan yang dilakukan secara bertahap
- c. Menyediakan media informasi berbasis *website* yang memudahkan pelanggan dan masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai *Alaka Coffee*.
- d. Menghasilkan *website* yang dapat membantu karyawan *Alaka Coffee* dalam mengelola informasi promosi, data menu, dan konten *website* secara lebih terstruktur.

1.4.2 Manfaat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi *Alaka Coffee* maupun pelanggan. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Membantu *Alaka Coffee* dalam memperluas media promosi melalui *website* sehingga informasi mengenai *coffee shop*, produk, dan layanan dapat diakses oleh masyarakat kapan saja.
- b. Membantu pihak *Alaka Coffee* dalam mengelola informasi seperti profil usaha, daftar menu, promo, dan informasi lainnya secara lebih mudah, teratur, dan dapat diperbarui melalui *website*.

- c. Membantu meningkatkan citra usaha *Alaka Coffee* dengan menyediakan *website* yang menampilkan informasi secara lengkap, sehingga dapat *Alaka Coffee* kepada lebih banyak calon pelanggan.
- d. Membantu pelanggan dalam memperoleh informasi mengenai *Alaka Coffee*, seperti profil usaha, daftar menu, lokasi, jam operasional, dan informasi lainnya melalui *website*.