

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UD Mitra adalah salah satu usaha dalam bidang *food and beverages* yang berdomisili di Jl. Seturan Raya No.189, Ngropoh, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Pada umumnya dikatakan *Coffee Shop*, namun pandangan terhadap *coffee shop* pun telah dikatakan sebagai sebuah gaya hidup untuk muda-mudi umur belia. Dengan konsep industrialis, UD Mitra merupakan bisnis yang menawarkan berbagai macam produk food dan juga beverages yang dapat dinikmati oleh anak kuliah di Jogja. Dengan harga yang dibilang *affordable*, UD Mitra dijadikan pilihan untuk banyak anak muda di jogja yang mencari tempat untuk berkumpul dengan teman atau sekedar untuk kerja dan menyelesaikan tugas.

Pada masa modern sekarang ini dengan hiruk pikuk gaya kehidupan yang selalu dinamis dan adaptif, UD Mitra selalu didorong dengan keinginan untuk tetap bertahan dalam industri yang ketat persaingan untuk selalu mencari inovasi terbaru agar usaha mereka tetap berjalan. Didampingi dengan majunya teknologi dan banyaknya sarana untuk menyampaikan identitas merek, maka mengharuskan sebuah usaha untuk tetap terlihat profesional dan hidup agar dapat menarik pelanggan baru ataupun mempertahankan retensi pelanggan lama.

Kemajuan bidang teknologi dan juga sosial media, membuat para pelaku bisnis diharuskan untuk selalu mencari inovasi baru agar bisnis mereka tidak tenggelam dan dapat bertahan hidup. Pasca Pandemi Covid-19, UD Mitra telah melakukan beberapa inovasi dan pengembangan untuk menyampaikan identitas merek yang diharapkan dapat berdampak bagus pada penjualan ataupun *awareness*, sayangnya hal ini dirasa belum cukup. Inovasi yang telah dilakukan oleh UD Mitra dirasa belum memenuhi ekspektasi keberhasilan dalam menyampaikan merek identitas UD Mitra yang diyakini berpengaruh terhadap kredibilitas sebuah merek dan relevansinya di mata pelanggan.

Pada kenyataannya UD Mitra telah menerapkan beberapa cara untuk menyampaikan brand identity, mulai dari pemanfaatan sosial media hingga

campaign. Namun, dari beberapa hal yang diterapkan untuk menyampaikan brand identity dalam area komunitas di Yogyakarta. Salah satu terobosan yang dipilih adalah dengan mengadakan *Company Profile*. UD Mitra berharap dengan adanya *Company Profile* yang dapat diakses oleh banyak orang dapat meningkatkan identitas merek mereka sebagai merek yang kredibel sehingga cakupan pelanggan yang diterima tidak hanya di Yogyakarta saja. Perluasan cakupan pasar menjadi sangat penting bagi UD Mitra untuk meningkatkan nilai keuntungan perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini akan merancang inovasi berupa pembuatan website (*website development*) yang bertujuan untuk menyampaikan brand identity UD Mitra. Pengembangan website merupakan salah satu inovasi komunikasi bisnis yang diharapkan dapat meningkatkan capaian identitas merek yang kuat. Melalui pengembangan website ini sehingga UD Mitra bukanlah lagi sebuah usaha tapi menjadi sebuah lifestyle yang dicari pelanggan. *Company Profile* tidak hanya diterapkan oleh UD Mitra dan banyak usaha di bidang *Food and Beverages* yang telah menggunakan *Company Profile*.

B. Rumusan Masalah

Minimnya inovasi yang dilakukan untuk menyampaikan *brand identity* bisnis UD Mitra.

C. Batasan Masalah

Solusi tidak ada korelasi langsung dengan penjualan (*sales*) ataupun pengiklanan (*marketing*).

D. Tujuan Penelitian

Menghasilkan website sebagai perwujudan inovasi bisnis, yang berfokus pada *brand identity*.

E. Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari seluruh rangkaian kegiatan penelitian serta hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Memberikan solusi yang ditawarkan untuk menyampaikan *brand identity* UD Mitra.

2. Diharapkan menjadi yang dapat meningkatkan sales dan menjadi salah satu bentuk marketing tidak langsung UD Mitra.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir yang merupakan satu kesatuan dan saling mendukung antara pembahasan satu dengan pembahasan lainnya, secara garis besar diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan mengenai latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab II berisi tentang kajian pustaka dan landasan teori yang digunakan dalam penelitian. Berupa konsep dan teknologi yang digunakan serta segala sesuatu yang berhubungan dengan topik penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III membahas tentang metode dan alat yang digunakan untuk merancang sistem yang akan diimplementasikan serta mengacu pada bab II.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV hasil dan pembahasan berisi penjelasan tentang hasil yang diperoleh dari seluruh penelitian dan hasil pengujian pada hasil implementasi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V terdiri dari hasil dan pembahasan berisi penjelasan tentang hasil yang diperoleh dari seluruh penelitian dan hasil pengujian pada hasil implementasi yang dikaitkan dengan teori.

DAFTAR PUSTAKA