

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital seperti sekarang ini, pengelolaan data yang cepat, akurat, dan terstruktur menjadi salah satu kunci utama dalam meningkatkan efisiensi operasional perusahaan, termasuk di bidang pemasaran. Namun, pada kenyataannya masih banyak perusahaan yang menjalankan proses bisnis secara manual dan belum terdokumentasi dengan baik. Salah satunya adalah CV. Karya Wahana Sentosa, di mana proses penerimaan *buyer* serta pencatatan data masih dilakukan secara konvensional, seperti melalui pesan singkat atau komunikasi langsung tanpa adanya sistem pendukung.

Proses manual seperti ini menimbulkan berbagai permasalahan, seperti hilangnya data (*data loss*), kesalahan dalam pencatatan (*miss data*), hingga kesulitan dalam proses pelacakan dan pengarsipan data *buyer*. Kondisi ini tentu dapat menghambat kinerja tim marketing serta menurunkan efisiensi kerja secara keseluruhan.

Menyadari hal tersebut, perusahaan mulai melihat pentingnya digitalisasi dalam proses pemasaran, khususnya dengan merancang sebuah sistem informasi yang mampu mencatat, menyimpan, dan mengelola data *buyer* secara efektif dan efisien.

Sebagai langkah awal, dibutuhkan sebuah perancangan antarmuka pengguna (*User Interface/UI*) yang diperuntukkan bagi *user* marketing. Antarmuka ini dirancang untuk mendukung aktivitas pencatatan data *buyer*

secara lebih praktis, cepat, dan minim kesalahan. Dalam proses perancangannya, digunakan metode *Design Thinking*, karena metode ini berfokus pada pemahaman kebutuhan pengguna secara menyeluruh.

Metode *Design Thinking* terdiri dari lima tahapan, yaitu:

- 1) *Empathize* – memahami kebutuhan dan permasalahan pengguna.
- 2) *Define* – merumuskan inti masalah.
- 3) *Ideate* – menghasilkan ide-ide Solusi.
- 4) *Prototype* – membuat purwarupa antarmuka.
- 5) *Test* – menguji efektivitas solusi secara langsung dengan pengguna.

Melalui pendekatan ini, diharapkan hasil perancangan antarmuka yang dikembangkan tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga mampu memberikan pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) yang baik serta mudah diterapkan di lingkungan kerja tim marketing.

1.2 Deskripsi Pekerjaan

Sebagai bagian dari kegiatan magang, penulis diberikan tanggung jawab untuk merancang sebuah antarmuka pengguna (*User Interface/UI*) yang diperuntukkan khusus bagi tim marketing perusahaan. Antarmuka ini tidak hanya difungsikan sebagai alat pencatatan *purchase order* (PO) dari *buyer*, tetapi juga dirancang untuk membantu proses pencatatan dan pengelolaan data produk perusahaan secara digital.

Setiap produk akan dilengkapi dengan kode unik untuk mempermudah proses identifikasi, khususnya saat digunakan dalam proses pemesanan. Pendekatan ini bertujuan untuk meminimalkan terjadinya kesalahan dalam pemilihan produk dan meningkatkan efisiensi kerja tim marketing.

Adapun fitur utama yang dirancang dalam antarmuka ini meliputi:

1) Pencatatan dan Manajemen Produk

Tim marketing dapat menambahkan, mengedit, maupun menghapus data produk secara mandiri. Setiap produk dilengkapi dengan informasi seperti nama produk, kategori, tahun pengembangan, serta dokumentasi visual berupa foto produk.

2) Manajemen *Purchase Order* (PO) *Buyer*

Sistem memungkinkan pencatatan PO dari *buyer* dengan memilih produk yang sudah tersedia dalam *database*. Dengan fitur ini, proses *input* data menjadi lebih cepat dan akurat karena mengurangi risiko kesalahan *input* manual.

3) Monitoring Progres Produksi

Antarmuka menyediakan informasi terkait status pengerjaan produk yang telah dipesan, seperti persentase penyelesaian dan estimasi waktu penyelesaian. Hal ini mempermudah tim marketing dalam memberikan *update* kepada *buyer* secara *real-time*.

4) Detail Progres Pemesanan

Jika dalam satu PO terdapat lebih dari satu produk, progres setiap produk ditampilkan secara terperinci. Tim marketing juga memiliki kontrol untuk menghapus produk tertentu dari daftar PO jika terjadi perubahan dari pihak *buyer*.

Seluruh perancangan antarmuka ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Design Thinking*, yaitu metode yang berfokus pada pemahaman

mendalam terhadap kebutuhan pengguna. Dengan pendekatan ini, sistem yang dikembangkan diharapkan tidak hanya dapat menyelesaikan permasalahan operasional yang selama ini dihadapi, tetapi juga mampu memberikan pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) yang lebih baik bagi tim marketing dalam menjalankan tugas-tugasnya secara lebih efisien dan terorganisir

1.3 Tujuan

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang sebuah antarmuka pengguna (*User Interface/UI*) yang dapat membantu tim marketing dalam mendata dan mengelola informasi *buyer* serta produk secara lebih mudah, efisien, dan terstruktur. Sistem yang dirancang diharapkan mampu menggantikan proses pencatatan manual yang selama ini masih digunakan di CV. Karya Wahana Sentosa.

Secara lebih spesifik, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Merancang antarmuka sistem yang memudahkan user marketing dalam mencatat data *purchase order* (PO) dari *buyer* secara digital.
- 2) Menyediakan fitur manajemen produk yang memungkinkan tim marketing menambahkan, mengedit, dan menghapus data produk dengan lengkap dan akurat.
- 3) Membuat sistem monitoring progres produksi, agar user marketing dapat melihat status pengerjaan setiap produk yang dipesan secara *real-time*.
- 4) Mengurangi potensi kesalahan pencatatan dan kehilangan data, dengan mengintegrasikan semua informasi ke dalam sistem digital yang terdokumentasi dengan baik.
- 5) Menerapkan pendekatan *Design Thinking* dalam proses perancangan UI, agar sistem yang dibangun benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan

kebiasaan pengguna di lapangan.

Dengan tercapainya tujuan-tujuan tersebut, diharapkan sistem yang dirancang dapat menjadi solusi praktis dalam mendukung aktivitas tim marketing serta meningkatkan kualitas kerja mereka secara keseluruhan.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi perusahaan, khususnya dalam mendukung proses kerja di bagian marketing. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil perancangan sistem ini antara lain:

1) Bagi Perusahaan (CV. Karya Wahana Sentosa)

Sistem yang dirancang dapat membantu perusahaan dalam mendigitalisasi proses pencatatan dan pengelolaan data *buyer* serta produk. Dengan sistem yang terstruktur dan terdokumentasi dengan baik, risiko kehilangan data, kesalahan pencatatan, dan kendala dalam pelacakan informasi dapat dikurangi secara signifikan. Hal ini akan berdampak langsung pada peningkatan efisiensi dan keakuratan kerja.

2) Bagi Tim Marketing

Antarmuka pengguna yang dikembangkan mempermudah tim marketing dalam menjalankan tugas sehari-hari, seperti mencatat *purchase order*, mengelola daftar produk, hingga memantau progres pengerjaan pesanan. Semua aktivitas tersebut dapat dilakukan dalam satu sistem yang terpadu, sehingga waktu kerja lebih efisien dan potensi kesalahan dapat diminimalkan.

3) Bagi Proses Produksi

Dengan adanya fitur monitoring progres produksi, tim marketing dapat mengetahui status pengerjaan produk secara *real-time* dan menyampaikannya

langsung kepada *buyer*. Informasi yang cepat dan akurat ini dapat meningkatkan kepercayaan *buyer* terhadap pelayanan perusahaan serta memperlancar koordinasi antar divisi.

Dengan demikian sistem yang dirancang melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan solusi nyata terhadap permasalahan operasional di lapangan, serta menjadi langkah awal dalam proses transformasi digital yang berkelanjutan di lingkungan kerja perusahaan.