

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa seperti ini dan seiring berjalannya waktu, tingkat kebutuhan ekonomi setiap individu semakin meningkat, di sisi lain terdapat wabah pandemi *covid-19* yang tak kunjung selesai yang menyebabkan masyarakat mengalami penurunan penghasilan. Lebih dari 70% masyarakat Indonesia yang terdampak oleh pandemi *covid-19* mengalami penurunan pendapatan berdasarkan survei indikator politik pada Februari 2021 lalu (Bayu, 2021). Kebutuhan terhadap pangan merupakan hal utama yang dibutuhkan oleh setiap individu pada masa seperti ini, tidak dipungkiri lagi pada masa seperti ini hampir semua lapisan masyarakat mengalami masalah yang sama yaitu masalah terkait kebutuhan ekonomi. Hal ini membuat dan mendorong masyarakat untuk terus berinovasi dan berfikir kreatif agar tetap dapat memenuhi kebutuhan ekonomi untuk dirinya sendiri maupun untuk keluarganya. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah membangun unit usaha sendiri dengan mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), sehingga jumlah UMKM di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), di Indonesia sendiri, jumlah UMKM yang ada terus meningkat setiap tahunnya dan diperkirakan jumlah UMKM akan terus meningkat pada tahun 2020 dan 2021 (Jayani, 2021). Dengan banyaknya jumlah UMKM di Indonesia yang terus mengalami peningkatan jumlah, hal ini membuka peluang usaha di sektor yang bergerak di bidang seni, salah satunya adalah jasa layanan mural.

Mural sendiri merupakan karya seni yang menjadikan tembok ataupun dinding sebagai media karya. Kata mural berasal dari bahasa latin '*murus*' yang mempunyai pengertian dinding (Gazali, 2017). Menurut (Susanto, 2002) mural merupakan sebuah pendukung dalam ruang arsitektur yang berupa karya seni lukisan dengan ukuran yang besar. Sehingga secara umum dapat disimpulkan, mural merupakan karya seni lukisan bersifat permanen berukuran luas yang dibuat pada dinding/tembok, lantai, langit - langit, ataupun pada media dengan permukaan datar yang lain. Pada dasarnya fungsi mural sama halnya seperti fungsi karya seni pada umumnya yaitu: fungsi fisik, fungsi personal, dan fungsi sosial. Yang mana sebuah mural dibuat dan diaplikasikan pada media dinding di ruang – ruang umum yang secara langsung akan dinikmati oleh masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan, mural mempunyai fungsi dan peranan di berbagai aspek, yaitu: estetik, sosial budaya, ekonomi, pendidikan, dan politik (Gazali, 2017).

Semakin bertambahnya jumlah UMKM di Indonesia, khususnya UMKM yang bergerak dibidang makanan dan minuman ataupun dibidang lain yang memiliki tempat ataupun toko untuk menjual produknya, hal ini membuka peluang usaha bagi para pekerja seni yang berkecimpung dalam dunia mural. Berdasarkan data internal dari Akumuralin, sekitar 60% sampai 70% pesan yang masuk ke *customer service* Akumuralin merupakan para pemilik UMKM (wawancara 2021), para pemilik UMKM ini kebanyakan membutuhkan bantuan dalam mendekorasi tempat usahanya, salah satunya adalah melalui gambar mural. Sehingga mulai banyak berkembang jasa layanan mural untuk kebutuhan dekorasi tempat usaha maupun untuk kebutuhan pribadi, meskipun dengan jumlah yang belum terlalu banyak. Akumuralin adalah salah satu jasa mural yang memiliki area layanan di wilayah Surabaya dan sekitarnya, tetapi juga tidak menutup kemungkinan untuk melakukan layanan diluar wilayah Surabaya. Akumuralin mulai beroperasi pada awal tahun 2020 tepatnya bulan Januari, yang memiliki fokus dalam memberikan layanan jasa mural bagi para pelaku UMKM yang sedang mengembangkan usahanya. Salah satunya adalah UMKM di sektor kuliner yang memiliki gerai maupun toko, dan tidak menutup kemungkinan juga UMKM di sektor lain, perusahaan, maupun perorangan. Calon klien dapat memesan mural sesuai yang mereka inginkan, Akumuralin juga menyediakan jasa desain bagi calon klien yang masih kebingungan dengan konsep mural yang ingin dipesan, sekitar 80% klien maupun calon klien yang hanya sekedar bertanya mengetahui Akumuralin melalui postingan Tokopedia yang muncul di internet (wawancara, 2021).

Dengan semakin bertambahnya UMKM di Indonesia dan terbukanya peluang usaha di bidang mural, maka mau tidak mau akan muncul persaingan diantara para penyedia layanan jasa mural, sehingga hal ini membuat Akumuralin untuk memunculkan sesuatu yang beda dari penyedia jasa lain agar tetap dapat bertahan di dalam usaha jasa layanan mural, meskipun sejauh ini jumlah pekerja seni mural belum terlalu banyak. Berdasarkan survei pencarian yang dilakukan penulis melalui *browser* dengan kata kunci “jasa mural Surabaya”, hanya terdapat sekitar 10 sampai 15 jasa layanan mural yang ditemukan untuk wilayah Surabaya dan sekitarnya. Akumuralin memiliki keunggulan di dalam aspek pelayanan dan harga, Akumuralin memiliki rata-rata harga jasa mural mulai Rp.150.000,- sampai Rp.400.000,- per m² dibanding penyedia jasa lain yang memiliki rentang harga Rp.200.000,- sampai Rp.500.000,- per m² berdasarkan harga yang ditawarkan melalui *e-commerce* tokopedia, dan pelayanan yang cukup cepat dengan hasil yang memuaskan. Hal ini terbukti dalam salah satu *project* yang pernah dikerjakan oleh Akumuralin, yang mana tercatat dengan luas tembok sekitar 60 m² dapat dikerjakan hanya dalam waktu 1 x 24 jam. Hasil mural yang dikerjakan oleh Akumuralin

merupakan karya orisinal berdasarkan diskusi yang dilakukan bersama klien, kemudian salah satu diferensiasi yang dilakukan Akumuralin adalah dengan membagikan informasi seputar dunia mural melalui akun instagramnya @akumural.in, yang mana hal ini masih jarang dilakukan oleh penyedia jasa mural lain di Surabaya (wawancara, 2021).

Sejak awal beroperasi Akumuralin mengenalkan sebuah #akumuralinaja yang menjadi sebuah langkah awal untuk membangun citra jasa layanannya di mata masyarakat, pemakaian bahasa sehari-hari menciptakan kesan asik, akrab, dan lebih dekat dengan para calon kliennya melalui diskusi bersama. Disisi lain Akumuralin juga tetap menjalankan profesinya secara profesional. Orang harus mengetahui bahwa layanan jasa tetap memiliki prinsip.

Sepanjang berjalannya usaha layanan di bidang jasa mural ini, meskipun masih sedikit pesaing dan memiliki peluang lebih besar khususnya di wilayah Surabaya, lantas tidak membuat usaha layanan jasa ini berjalan dengan baik sesuai harapan. Akumuralin memiliki beberapa kendala yang dihadapi selama berjalannya usaha ini hingga sekarang, yaitu adalah , kurangnya pemberitaan secara luas ataupun promosi terkait Akumuralin, , sehingga masih banyak orang yang belum mengenal Akumuralin. Hal ini dibuktikan melalui survei yang dilakukan perancang kepada 100 responden, 86% diantaranya belum mengetahui tentang adanya Akumuralin dengan presentase pembagian 75% berasal dari Surabaya dan sekitarnya (Gresik, Mojokerto, Sidoarjo, Bangkalan), 25% responden berasal diluar wilayah Surabaya dan sekitarnya. Selanjutnya berdasarkan data internal Akumuralin, sebanyak 60% sampai 70% kliennya pada awalnya takut untuk melakukan *down payment* karena belum percaya, hal ini disebabkan karena Akumuralin belum bisa menyampaikan informasi terkait jasanya secara detail. Dari dua hal yang telah disebutkan dan dijelaskan, hal – hal tersebut berpengaruh terhadap penjualan jasa Akumuralin yang kurang maksimal, dimana pemilik selalu mengusahakan minimal ada satu *project* masuk dalam setiap bulannya (wawancara, 2021).



Gambar 1.1 logo Akumuralin

(Sumber : dokumen akumuralin)

Berdasarkan pertimbangan masalah yang dialami oleh Akumuralin, dan penggunaan media Instagram yang belum bisa menjangkau target market yang disasar maka Akumuralin membutuhkan media yang dapat digunakan untuk menampung informasi terkait jasa layanannya secara detail, sebagai media promosi dengan jangkauan yang luas, dan dapat meningkatkan kepercayaan orang maupun klien terhadap jasa layanan mural Akumuralin, maka diperlukan media untuk mengenalkan dan memudahkan promosi Akumuralin kepada target yang disasar sehingga dibuatlah perancangan media informasi dan promosi yang mudah dijangkau di era serba digital. Berdasarkan kebutuhan tersebut maka *website* merupakan pilihan tepat, *website* sebagai media merupakan media yang dapat menampung informasi secara lengkap dan memiliki jangkauan luas dan memiliki akses yang mudah dan bisa diakses dimana saja.

Menurut (Hidayat, 2010) *website* adalah keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi. Sebuah *website* dibangun atas banyak halaman web yang saling berhubungan. Jadi dapat dikatakan bahwa, pengertian *website* merupakan kumpulan halaman-halaman yang dapat digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, atau gabungan dari semua. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa *website* adalah sebuah media promosi yang termasuk kedalam ranah online terkandung sebuah informasi sebuah perusahaan, lembaga, perorangan maupun yang lainnya sebagai sarana memperkenalkan, pembayaran maupun mempromosikan sesuatu di mana pengguna mendapatkan sebuah keuntungan yang di inginkan dan pemilik berhasil menyampaikan informasi yang di inginkan pengguna.

Website dipilih dibandingkan media lain karena beberapa keunggulannya dan kesesuaiannya dengan apa yang dibutuhkan dalam perancangan ini. Yaitu dapat menampung dan memberikan informasi terkait layanan yang lengkap, meningkatkan kredibilitas usaha layanan jasa, mampu memperluas jaringan dan jangkauan yang luas, meningkatkan *traffic* dan popularitas di google, media untuk menampilkan katalog produk maupun jasa (idprogrammer, 2019)

Membangun sebuah merek layanan jasa menjadi pilihan diantara layanan jasa lain yang dipertimbangkan oleh para calon klien, dengan tujuan bersaing dalam inovasi untuk membuat merek layanan jasa lebih menarik, oleh sebab itu peran media penting dalam memudahkan promosi sebuah layanan jasa. Hal-hal yang biasanya menjadi pertimbangan calon klien diantaranya adalah kemudahan akses, tampilan, kelengkapan informasi terkait layanan jasa,

harga, testimoni, dan pelayanan (lalamove, 2020). Sedangkan menurut hasil penelitian (Naomi, 2016) hal-hal yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian adalah kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, dan harga. Sehingga dalam perancangan *website* ini menerapkan *user interface* dan *user experience* yang memudahkan calon klien dalam mengakses informasi yang ada di dalam *website*, dengan melakukan pengelompokan informasi-informasi yang ada dan disajikan dalam alur navigasi yang terstruktur. Oleh sebab itu dengan adanya perancangan desain *website* ini dapat menjadi media informasi dan promosi Akumuralin, sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan jasa, memudahkan calon klien dalam mencari informasi yang dibutuhkan.

1.2 Identifikasi Masalah

- Masih banyak orang khususnya target market yang disasar Akumuralin belum mengetahui tentang adanya penyedia layanan jasa mural Akumuralin. Berdasarkan survei yang dilakukan penulis kepada 100 responden, 86% diantaranya belum mengetahui tentang adanya Akumuralin, dengan presentase pembagian 75% berasal dari Surabaya dan sekitarnya (Gresik, Mojokerto, Sidoarjo, Bangkalan), 25% responden berasal diluar wilayah Surabaya dan sekitarnya.
- Rendahnya tingkat kepercayaan calon klien terhadap Akumuralin. Berdasarkan data internal Akumuralin, sebanyak 60% sampai 70% klien pada awalnya takut untuk melakukan *down payment* karena belum percaya, hal ini disebabkan karena Akumuralin belum bisa menyampaikan informasi terkait jasanya secara detail dan rangkaian proses pemesanan yang jelas.
- Berdasarkan hasil observasi, media yang digunakan oleh Akumuralin, selama ini adalah Instagram, Tokopedia, dan Bukalapak yang belum bisa menampung informasi terkait Akumuralin secara lengkap.

1.3 Rumusah Masalah

Bagaimana merancang *interface website* Akumuralin yang efektif dan efisien sebagai media informasi dan promosi?

1.4 Batasan Masalah

- Perancangan ini akan difokuskan pada segala sesuatu yang membahas terkait UI desain *website* Akumuralin.
- Perncangan ini akan menghasilkan *output* berupa *prototype website* Akumuralin

1.5 Tujuan

- Mengenalkan Akumuralin agar lebih banyak orang yang tahu
- Meningkatkan kepercayaan klien maupun calon klien terhadap Akumuralin

1.6 Manfaat

Dalam perancangan *interface website* sebagai media informasi dan promosi Akumuralin ini memiliki manfaat yang terbagi menjadi 3, yaitu:

1.6.1 Manfaat Bagi Penulis

- Mengetahui bagaimana cara merancang sebuah *website* yang efektif sebagai media informasi dan promosi
- Menerapkan ilmu desain yang sudah didapat untuk membantu mengembangkan sebuah usaha

1.6.2 Manfaat Bagi Masyarakat

- Masyarakat umum dapat mengetahui Akumuralin merupakan jasa layanan mural di Surabaya dan sekitarnya yang terpercaya.
- Memudahkan masyarakat dalam mencari informasi terkait jasa layanan mural Akumuralin.

1.6.3 Manfaat Bagi Akumuralin

- Dengan adanya perancangan *interface website* ini, diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendapatan dari Akumuralin
- Meningkatkan daya saing Akumuralin dengan penyedia jasa mural lainnya