

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini telah mencetuskan satu bentuk baru yang disebut dengan istilah *holding company* atau perusahaan induk. Definisi dari *holding company*, secara harfiah tidak dikenal dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007. Maksud dari *holding company* adalah perusahaan yang memiliki saham mayoritas atau pengendalian atas satu atau lebih perusahaan lain, yang dikenal sebagai anak perusahaan. Umumnya tidak memiliki operasi bisnis yang signifikan sendiri, tetapi bertindak sebagai pemegang saham utama dan pengambil keputusan atas anak perusahaan yang dimilikinya. *Holding company* memiliki fungsi utama, yakni untuk mengendalikan dan mengelola bisnis anak perusahaan, serta memanfaatkan sinergi dan efisiensi diantara perusahaan-perusahaan tersebut, seperti yang dilakukan oleh PT Widodo Makmur Perkasa sebagai *holding company* dari anak perusahaan PT Cianjur Arta Makmur.

PT Widodo Makmur Perkasa adalah perusahaan *holding* yang berlokasi di Cilangkap, Jakarta Timur. Perusahaan ini sudah membawahi lima lini bisnis terintegrasi di berbagai macam sektor, salah satunya adalah PT Cianjur Arta Makmur yang bergerak di sektor pengolahan makanan berbasis daging.

PT Cianjur Arta Makmur merupakan salah satu lini bisnis dari PT Widodo Makmur Perkasa yang sudah beroperasi sejak tahun 2008 dan sudah berbasis *Intergrated System*. Perusahaan ini memiliki *brand* dengan nama Wmeat, Royal Java. Sapi – sapi didatangkan dari Australia dipelihara dan dijaga oleh Cianjur Farm PT Pasir Tengah yang kemudian sapi – sapi diproses oleh Cianjur Arta Makmur untuk dijadikan produk daging sapi berkualitas prima (*premium and high quality chilled beef*), beku (*frozen*), dan produk-produk sampingan. Perusahaan ini memiliki visi misi memajukan protein bangsa melalui produknya yang sehat dan aman untuk dikonsumsi serta sudah bersertifikasi halal MUI. Produk daging, dan

frozen food yang dihasilkan telah melewati serangkaian *Standard Operation Procedure* yang telah disesuaikan dengan standar internasional melalui segi pemotongan, penimbangan, pemilahan, pengemasan, penyimpanan, dan pendistribusian dengan tujuan agar kualitas daging tetap terjaga. Selain menciptakan produk yang berkualitas, media informasi tentu saja dibutuhkan untuk memasarkan dan juga menyebarluaskan informasi mengenai produk secara efektif agar mampu bersaing dengan *brand* sejenis lainnya. Salah satu media informasi yang penting untuk dimiliki oleh sebuah *brand* adalah *website*. Pasalnya, *website* menjadi media upaya untuk meningkatkan *brand awareness* pada konsumen dengan memberikan kelengkapan informasi secara jelas mengenai *brand* yang dapat berupa jenis produk, manfaat, nilai, keunggulan, kegunaan, dan sebagainya.

Penulis melakukan observasi lebih lanjut terhadap website perusahaan atau media yang dimiliki saat ini belum memiliki informasi yang lengkap mengenai produk sehingga menimbulkan kebingungan pada konsumen yang ingin mencaritahu informasi lebih lanjut mengenai produk. Mengingat kendala yang dialami, penulis berencana merancang website keseluruhan produk untuk menyebarluaskan informasi kelengkapan produk dari PT Cianjur Arta Makmur agar dapat menjangkau target konsumen yang telah ditentukan oleh perusahaan beserta kualitas dan nilai dari produk.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang website untuk semua produk B2B dari PT Cianjur Arta Makmur?

1.3 Batasan Masalah

Pokok permasalahan yang dibatasi adalah:

1. Demografis

- a. Usia : 35 tahun
- b. Type : B2B (*reseller, producers*)
- c. Jenis kelamin : Perempuan dan Laki - Laki
- d. Tingkat ekonomi : SES B – A

2. Geografis : DKI Jakarta

3. Psikografis :

- Secara kepribadian, konsumen yang sibuk dan praktis, yang mencari makanan cepat dan mudah disiapkan, serta ingin memperoleh variasi dalam pilihan makanan tanpa harus memasak dari awal.
- Secara gaya hidup, konsumen yang menghargai kenyamanan dan kualitas dalam makanan, serta ingin menikmati makan enak dan bergizi tanpa harus mengorbankan waktu yang lama dan usaha untuk memasak.
- Konsumen yang memperhatikan rasa, aroma, dan tampilan makanan, serta mencari pengalaman kuliner baru yang memuaskan dalam pilihan makanan mereka.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang media informasi *website* untuk menginformasikan produk agar produk yang dikelola oleh perusahaan dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Menciptakan grafis visual *website* UI yang dipadukan dengan elemen grafis yang mencerminkan karakteristik perusahaan.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dengan perancangan ini, terbagi menjadi tiga manfaat, diantaranya:

1) Manfaat Praktis

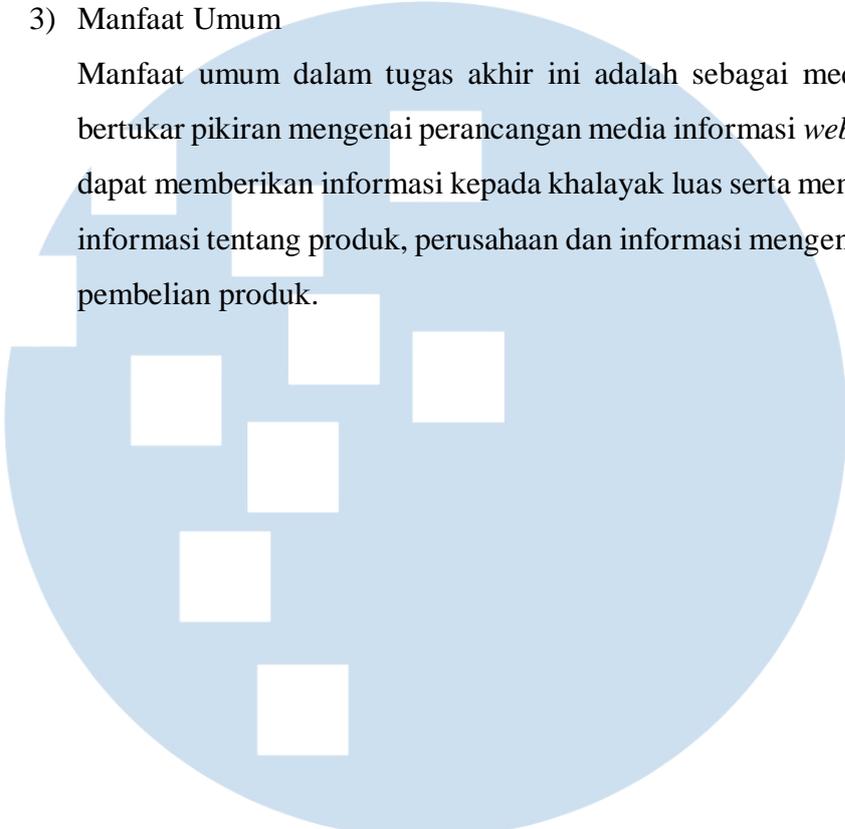
Manfaat praktis dalam tugas akhir ini adalah sebagai media referensi dan tukar pikiran dengan PT Cianjur Arta Makmur sehingga diharapkan perancangan media informasi *website* ini dapat dipertimbangkan sebagai tambahan media informasi dan komunikasi.

2) Manfaat Akademis

Manfaat akademis dalam tugas akhir ini adalah sebagai media referensi atau acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan menggunakan dasar penelitian dan konsep yang sama, yaitu mengenai perancangan media informasi *website*.

3) Manfaat Umum

Manfaat umum dalam tugas akhir ini adalah sebagai media untuk bertukar pikiran mengenai perancangan media informasi *website* yang dapat memberikan informasi kepada khalayak luas serta mendapatkan informasi tentang produk, perusahaan dan informasi mengenai tempat pembelian produk.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA