

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi adalah minuman yang sangat populer dan mendunia (Tanwijaya, Kumaat, and Pakasi 2018). Kontribusi rata-rata sentra produksi kopi terhadap total produksi kopi nasional menunjukkan persentase produksi provinsi-provinsi yang ada di Indonesia seperti Lampung (26%), Sumatera Selatan (21,03%), Bengkulu (8,49%), Sumatera Utara (8,38%), NAD (7,26%), dan Sulawesi Selatan (5,40%) (Lestari, Ova; Hasyim, Ali Ibrahim; Kasymir 2017). Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu penggerak perekonomian nasional yang terbukti tahan terhadap krisis ekonomi. Diantara usaha mikro ini adalah jenis usaha kedai kopi (Bungah, Desa and Gresik, 2015)

Salah satu kedai kopi adalah Kedai Kopi Suway yang beralamat di Jl. Gn. Rajabasa Raya No. 59 Bandar Lampung. Kedai kopi Suway berdiri pada bulan Juni 2019, nama Suway sendiri berasal dari Bahasa Lampung yaitu tanggal 9 yang merupakan tanggal lahir dari pemilik kedai kopi dan menyajikan berbagai pilihan menu kopi. Penjualan kopi Suway berawal dari promosi yang dilakukan oleh pemilik kedai yang disampaikan melalui informasi mulut ke mulut, kemudian memulai mempromosikannya menggunakan media sosial instagram yang telah diikuti oleh 281 pengikut dan rata-rata 50 *like* setiap postingannya. Promosi melalui media sosial *Instagram* cukup memberikan dampak yang positif untuk memperkenalkan Kedai Kopi Suway ke pelanggan luas khususnya Bandar

Lampung, tetapi hal ini dirasa kurang maksimal karena masih konvensional yaitu pelanggan datang langsung ke kedai kopi untuk memesan kopi

informasi yang disajikan pada media sosial *instagram* membuat pelanggan kurang mendapatkan informasi seperti menu dan harga kopi, sehingga perlu adanya perancangan konsep penjualan dari produk olahan kopi. Konsep penjualan kopi yang akan dirancangan yaitu dengan konsep perancangan aplikasi menggunakan *mobile platform android* dengan *On Demand*, sehingga pelaku usaha sangat dimudahkan dengan adanya konsep penjualan ini. *On Demand* adalah istilah yang banyak digunakan untuk menggambarkan aplikasi yang dapat mempermudah pelanggan dalam penggunaannya (Praditya, Herlambang and Saputra, 2018). Teknologi di bidang aplikasi *mobile* terutama aplikasi yang menerapkan sistem *on demand*, lebih sering menggunakan *smartphone* dan *internet* untuk mengaksesnya (Praditya, Herlambang, and Saputra 2018). Saat ini sudah banyak aplikasi *On Demand*, seperti contohnya Kopi Kenangan, aplikasi Kopi Kenangan sangat mudah digunakan oleh pelanggan dan layanan yang disajikan sangat lengkap dan menarik, karena sudah banyaknya aplikasi *On Demand*, membuat pelanggan semakin selektif dalam memilih aplikasi yang ditawarkan. Aplikasi yang sulit dimengerti bisa jadi akan ditinggalkan oleh pelanggan, oleh karena itu, tingkat kepuasan pelanggan terhadap aplikasi merupakan salah satu kunci penting keberlangsungan aplikasi *On Demand* tersebut (Praditya, Herlambang and Saputra, 2018)

Berdasarkan permasalahan diatas dibutuhkan metode perancangan aplikasi *On Demand* yang sesuai dengan prespektif pelanggan dengan metode yang tepat yaitu *User Centered Methodology (UCD)* metode pendekatan dengan konsep pelanggan yang dioptimalkan untuk *end-user* serta ditekankan pada bagaimana

kebutuhan atau keinginan pada setiap *end-user*, dan dirancang sesuai *behavior end-user* supaya pelanggan tidak memaksa untuk mengubah perilakunya saat menggunakan produk yang akan dibangun (Krisnoanto, Brata and Ananta, 2018). Pada perancangan aplikasi yang akan digunakan selain menggunakan Metode UCD, juga menggunakan *UX Design* yang merupakan pendorong utama keunggulan kompetitif dalam perangkat lunak saat ini dan mampu menghasilkan *User Interface* yang mudah digunakan oleh target penggunanya, dilihat dari segi bisnis *UX Design* dipercaya mampu menaikkan kepuasan pelanggan (Gunawan, Rokhmawati and Wardani, 2017)

Dengan menggunakan metode UCD pada penelitian ini, ada lima proses yang saling keterkaitan pada metode UCD (ISO 9241-210, 2010) yaitu: *1. Plan the human-centered design process, Understand Specifying the Context of Use, Specifying the User Requirements, Produce Design Solution, dan Evaluating The Design*. Tujuannya adalah untuk menghasilkan umpan balik untuk lebih meningkatkan produk dan untuk menentukan apakah desain memenuhi kebutuhan pelanggan yang ditentukan. Dengan perancangan aplikasi ini diharapkan dapat memberikan kemudahan pelanggan dalam proses pemesanan kopi meningkatkan penjualan pada kopi suway dengan aplikasi *on demand* dan hasilnya diharapkan dapat dipublikasikan dalam bentuk hak cipta dan jurnal Nasional.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana merancang aplikasi kedai kopi *On Demand* dengan menggunakan *UX Design* pada *platform mobile* berbasis *android*

dan menguji rancangan aplikasi kedai kopi terhadap kesesuaiannya dengan komponen ISO 9241-210?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan rancangan aplikasi kedai kopi *On Demand* menggunakan *UX Design* yang dirancang pada *platform mobile* berbasis *android* dengan harapan dapat menarik pelanggan penikmat kopi untuk memesan serta meningkatkan penjualan produk dan dapat menganalisis dan menguji rancangan aplikasi kedai kopi menggunakan komponen ISO 9241-210.

1.4. Batasan Penelitian

Batasan masalah pada perancangan aplikasi kedai kopi sebagai berikut :

1. Objek pada penelitian ini yaitu kedai kopi Suway.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada *User Experience Design*.
3. Metode yang digunakan yaitu *User Centered Design*.
4. Aplikasi dirancang pada *platform mobile* berbasis *Android*

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang telah dilakukan yaitu :

1. Dengan adanya rancangan aplikasi kedai kopi *On Demand* yang dirancang pada *platform mobile android*, diharapkan mampu menarik dan mempermudah pelanggan dalam memesan kopi dan diharapkan adanya suatu peningkatan penjualan produk kopi.
2. Dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada penggunaan aplikasi.