

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di era digital ini, kemajuan teknologi di Indonesia semakin pesat. Oleh karena itu, hal ini mempengaruhi perilaku masyarakat saat ini dalam menggunakan internet untuk berbagai jenis aktivitas. Saat ini, terdapat 212,35 juta pengguna internet di Indonesia dan jumlah penduduk diperkirakan mencapai 276,36 juta jiwa. Artinya per Juni 2021, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 76,8% (Internet World Stats, 2021). Hal ini menyebabkan berkembangnya teknologi yang semakin memudahkan manusia dalam melakukan berbagai hal. Berbagai bidang pun berkembang dalam membentuk pola konsumsi kita, salah satunya adalah bidang makanan dan minuman. Salah satu contoh konkret dari dampak positif teknologi ini adalah industri kopi.

Persaingan yang ketat dalam industri kopi mendorong para pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi digital, seperti aplikasi pemesanan menu yang menjadi strategi untuk menarik pelanggan. Dengan aplikasi tersebut, pelanggan dapat dengan mudah dan cepat memesan menu tanpa harus menghadapi antrian panjang atau menunggu pelayan yang sibuk. Hal ini mencerminkan dorongan masyarakat akan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan aktivitas sehari-hari, yang telah menjadi kebiasaan penggunaan aplikasi seluler. Hal ini juga sejalan dengan pertumbuhan minat masyarakat terhadap minuman kopi siap minum yang praktis dan terjangkau.

Sebagai produsen kopi terbesar ke-3 di dunia, Indonesia telah merasakan dampak peningkatan dalam hal ini, pada tahun 2022/2023 Indonesia tercatat memproduksi 11,85 juta karung kopi. Minuman kopi siap minum kini menjadi pilihan yang populer. Meningkatnya minat ini berdampak positif pada pertumbuhan penjualan kopi di Indonesia yang diperkirakan mencapai 234 juta liter pada tahun 2023. Angka Euromonitor menunjukkan peningkatan 4% dibandingkan dengan tahun sebelumnya dengan penjualan mencapai 225 juta liter. Data penjualan kopi siap minum dapat dilihat pada Lampiran.1

Hal ini menjadi penting dalam konteks kedai kopi seperti Doeseon Coffee yang masih mengandalkan pemesanan sistem manual dan pelanggan masih harus mengantri panjang di kasir untuk memesan, yang menyebabkan para pelanggan tidak mendapatkan tempat atau meja dikarenakan terlalu lama mengantri. Untuk itu diperlukan suatu aplikasi pencarian menu minuman dan makanan agar pencarian menu dan pemesanan pada aplikasi tersebut efektif dan efisien sebagai solusi dari permasalahan yang terjadi di doeseon coffee. Aplikasi pemesanan dapat digunakan sebagai alat branding dan pemasaran untuk menciptakan citra modern dan inovatif bagi kedai kopi. Dengan menerapkan metode *design thinking*, kedai kopi dapat mengintegrasikan aplikasi pemesanan sebagai strategi inovatif dalam merancang pengalaman pelanggan yang lebih baik. Pemikiran desain adalah proses berulang yang dirancang untuk memahami pengguna, menantang asumsi, mendefinisikan ulang masalah, dan menciptakan solusi.

*Design thinking* merupakan metode pendekatan yang melibatkan lima siklus yakni *Emphatize, Define, Ideate, Prototype* dan *Testing*. Pendekatan pemecahan

masalah yang berpusat pada pengguna akan menghasilkan inovasi dan inovasi akan menghasilkan diferensiasi dan keunggulan kompetitif. Pendekatan langsung yang berpusat pada pengguna ini ditentukan oleh proses *Design Thining*. Proses *non-linear* dan berulang yang digunakan untuk memahami pengguna, menentang asumsi, mendefinisikan ulang masalah dan menciptakan solusi inovatif untuk pembuatan prototipe dan pengujian desain. (Gibbons, 2016).

Mengingat latar belakang ini, Doesoen Coffee mungkin telah memutuskan untuk merancang aplikasi pemesanan menu untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, meningkatkan efisiensi operasional, dan tetap menjadi yang terdepan di era digital.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana merancang antarmuka pengguna (UI/UX) untuk aplikasi menu pemesanan berbasis website secara efektif menggunakan metode *design thinking*, yang berfokus pada kebutuhan pengguna dalam melakukan pemesanan dengan mudah dan cepat?

## **1.3. Batasan Penelitian**

Agar pembahasan tidak melebar dan tujuan dapat tercapai, maka penulis membuat batasan masalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini membuat sebuah desain pada aplikasi pemesanan menu di Doesoen Coffee menggunakan metode *Design Thinking*.
- 2) Hasil akhir penelitian ini berupa *prototype* berbasis website.
- 3) Perancangan berfokus pada desain antarmuka untuk pembeli.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat rancangan aplikasi menu pemesanan untuk membantu pelanggan di doesoen coffee dapat memesan menu melalui website dengan cepat dan mudah.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian yang dilakukan dapat dilihat melalui beberapa sisi, yaitu sisi pelanggan, pemilik coffee shop dan sisi penulis.

- 1) Manfaat penelitian dari sisi pelanggan yaitu kemudahan dalam memesan dan menelusuri menu yang dapat dilakukan dimeja tanpa antri dikasir serta melakukan transaksi secara online melalui website.
- 2) Manfaat penelitian dari sisi pemilik yaitu dapat menjadi nilai tambah bagi coffee shop guna meningkatkan daya tarik pelanggan.
- 3) Manfaat penelitian dari sisi penulis yaitu Menerapkan dan memperdalam ilmu yang telah diperoleh selama duduk dibangku perkuliahan serta menambah critical, creative, strategic thinking dalam bidang studi untuk melakukan penelitian yang sesuai dengan topik penelitian.