

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

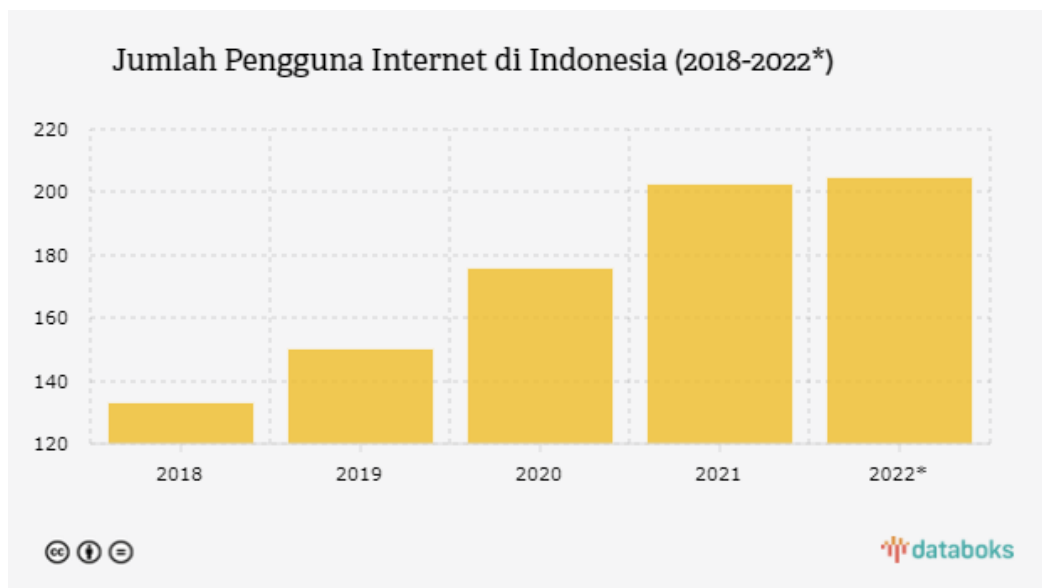
Peningkatan perkembangan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh bermacam-macam alasan, salah satunya yang mungkin dikenal banyak orang adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut Rudjito (2003), pengertian UMKM adalah usaha yang mempunyai sebuah peran penting dalam ruang lingkup perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. Menurut BKPM (Badan Koordinasi Penanaman Modal), UMKM memiliki kontribusi yang cukup besar kepada PDB (Produk Domestik Bruto) yaitu 61,97% dari total PDB nasional atau sebanding dengan Rp 8.500 triliun pada tahun 2020. Dari data tersebut, dapat disimpulkan betapa pentingnya kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi negara Indonesia. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa usaha mikro mempunyai modal usaha sampai dengan paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah), tidak termasuk aset seperti tanah dan gedung tempat usaha.

UMKM di Indonesia bergerak pada berbagai sektor, salah satunya adalah kuliner. Berdasarkan data dari International Coffee Organization (ICO), jumlah konsumsi kopi di Indonesia menduduki posisi kelima di dunia pada tahun 2020/2021. Hal ini menandakan besarnya potensi usaha pada sektor kuliner, terutama industri kopi untuk terus berkembang di Indonesia.

BunkerBrew merupakan sebuah *coffee shop* yang telah berdiri selama kurang lebih satu tahun pada daerah Haji Nawi, Jakarta Selatan. Dengan informasi yang sudah disediakan di atas, *coffee shop* BunkerBrew jatuh kepada kategori usaha mikro dalam UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik BunkerBrew, diperoleh bahwa terdapat permasalahan yaitu sering terjadinya antrian pelanggan yang cukup panjang untuk melihat menu dan melakukan pemesanan. Hal ini dikarenakan pemesanan pada BunkerBrew masih dilakukan pencatatan secara manual oleh pegawai pada kasir. Selain itu, menu yang disajikan oleh BunkerBrew juga hanya dapat dilihat pada kasir sehingga dibutuhkan waktu yang lama untuk seorang pelanggan melakukan pemesanan pada kasir. Dari permasalahan yang dimiliki, dapat dinilai bahwa proses

pemesanan pada BunkerBrew belum bersifat efisien. Menurut Peter F. Drucker (2006), efisien adalah suatu proses penghematan 7M + 1I (*man, money, material, machines, methods, marketing, minutes + information*) dengan cara melakukan pekerjaannya dengan benar. proses pemesanan secara manual dapat dinilai kurang efisien dari segi *minutes* atau waktu. Selain itu, dalam segi *man* atau manusia dapat dinilai kurang efisien juga karena dibutuhkannya tenaga kerja kasir untuk melayani pemesanan.

Menurut Mark Mosley (2008), dalam bukunya yang berjudul “Dictionary of Data Management”, pengertian dari kualitas data adalah level data yang menyatakan data tersebut akurat (*accurate*), lengkap (*complete*), *timely* (*update*), dan konsisten (*consistent*) sesuai dengan semua kebutuhan peraturan bisnis dan juga relevan. Berdasarkan informasi yang berada di atas, dapat disimpulkan bahwa ada permasalahan di BunkerBrew yaitu terjadinya kesalahan pemesanan minuman atau makanan yang dilakukan oleh pelanggan. Hal ini dikarenakan masih belum memakai sistem yang baik dan efisien, melainkan masih menggunakan komunikasi secara manual antara pelanggan dengan pegawai yang mengakibatkan munculnya kemungkinan untuk terjadinya ketidaktepatan data. Yang jelas bertolak belakang dengan kutipan Mark Mosley tentang pengertian dari kualitas data.



Gambar I. 1 Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia tahun (2018-2022)

Permasalahan tersebut dapat diatasi dengan melakukan digitalisasi pada proses pemesanan. Berdasarkan data Gambar I.1, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022 telah meningkat sebanyak 54,25% dari tahun 2018. Hal ini mendukung untuk dilakukannya digitalisasi pada *coffee shop* BunkerBrew.

Dalam merancang situs web perlu dipertimbangkan aspek UI/UX agar dapat digunakan dengan mudah oleh pengguna. Perancangan UI/UX dari suatu situs web perlu mempertimbangkan tipe kepribadian pengguna. DISC adalah singkatan dari empat karakteristik manusia, keempat hal tersebut adalah karakter yang setiap manusia miliki. Kepribadian DISC itu bisa digolongkan menjadi empat yaitu (Marston, 1928): *Dominance* (dominan), *Influence* (Mempengaruhi), *Steadiness* (Stabil), dan *Compliance* (Pemikir). Alasan dipakai tipe kepribadian DISC menurut Perdana dan lainnya (2021), setiap orang memiliki respon otak unik yang disebut *visual evoked potential* (VEP), yang bisa dipergunakan untuk memvalidasi tipe kepribadian. Sangat penting untuk memperhatikan persamaan VEP di antara individu dengan tipe kepribadian yang sama, dikarenakan sebanyak 93,75% VEP dapat dikelompokkan berdasarkan tipe kepribadian. Oleh karena itu, tipe kepribadian dapat digunakan sebagai user persona untuk mengelompokkan pengguna pada tahap dari masing-masing kebutuhan pengguna. Tidak hanya itu, menurut Kierstad dalam Hermawan dan lainnya (2021) pengguna akan lebih mudah diarahkan untuk mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan ketika sesuai dengan kepribadian personal.

Digitalisasi akan dilakukan dengan menciptakan sistem pemesanan melalui situs web. Sistem dirancang dalam bentuk situs web, bukan dalam bentuk aplikasi agar tidak dibutuhkannya aktivitas mengunduh aplikasi terlebih dahulu. Dengan situs web tersebut, diharapkan kemudahan untuk pelanggan melihat menu dan melakukan pemesanan meningkat sehingga tidak terdapat antrian dan waktu menunggu untuk pelanggan melakukan pemesanan. Salah satu cara untuk memberdayakan UMKM adalah dengan mengembangkan platform *e-commerce* untuk UMKM. Apalagi di era globalisasi zaman sekarang, UMKM perlu

mengikuti perkembangan teknologi agar mampu bersaing dengan bisnis lain (Nurjaman, 2022).

Agar bisa membuat sebuah solusi yang lebih baik dan kerangka kerja yang kuat menggunakan metode *design thinking* adalah hal yang tepat. Metode *design thinking* memiliki enam tahapan yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, *testing*, dan *implement*. Dengan menggunakan tipe kepribadian DISC dan metode *design thinking*, solusi yang berupa situs web dapat dibuat dengan lebih baik dikarenakan disesuaikan dengan preferensi pengguna. Dengan melibatkan pengguna dalam proses pembuatan solusi dan juga menyesuaikan desain dengan tipe kepribadian, dapat menciptakan situs web yang baik untuk tujuan bisnis dan interaksi pengguna.

Setelah berdiskusi dengan pemilik perusahaan, rancangan solusi tersebut dirasa tepat untuk menyelesaikan permasalahan yang ada pada proses pemesanan *coffee shop* BunkerBrew.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang tertera pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, ada beberapa perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimana membantu coffee shop BunkerBrew dalam menghadapi persaingan bisnis?
- b. Bagaimana menciptakan sebuah sistem penjualan yang efektif dan efisien?
- c. Bagaimana menciptakan sebuah sistem yang memenuhi kebutuhan masing-masing pengguna?
- d. Bagaimana memberikan sebuah aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan berguna untuk pemilik perusahaan?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Membantu coffee shop BunkerBrew dalam menghadapi persaingan bisnis.
- b. Menciptakan sebuah sistem penjualan yang efektif dan efisien.
- c. Menciptakan sebuah sistem yang memenuhi kebutuhan masing-masing pengguna.

- d. Memberikan sebuah aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan berguna untuk pemilik perusahaan.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan-batasan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Sasaran pengguna *website* ini adalah pelanggan *coffee shop* BunkerBrew bertipe kepribadian *steadiness*.
- b. Perancangan desain *website* ini menggunakan metode *design thinking*.
- c. Melalui aplikasi ini pengguna dapat melihat menu, melakukan pemesanan, dan pembayaran di *coffee shop* BunkerBrew.
- d. Desain ini dibuat dengan menggunakan tipe kepribadian user DISC bertipe kepribadian *steadiness*.
- e. Hasil akhir dari penelitian ini merupakan hanya dalam bentuk *prototype*, pengembangan lebih lanjut akan dilakukan oleh pihak *coffee shop* BunkerBrew.
- f. Pembuatan *website* ini difokuskan untuk penggunaan melalui *smartphone*, tidak termasuk pembuatan untuk versi *desktop*.
- g. Hasil dari *website* yang sudah dibuat tidak termasuk *hosting*.
- h. Penelitian ini tidak membahas mengenai pegawai BunkerBrew, hanya difokuskan kepada pelanggan BunkerBrew.
- i. *Prototype* ini hanya dapat digunakan pelanggan untuk melakukan pemesanan *on-site* di BunkerBrew.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini:

- a. Bagi peneliti lain yang bergerak di bidang sistem informasi pendidikan tinggi, dapat menjadi referensi untuk merancang desain *user interface* dan *user experience website e-commerce* sebuah *coffee shop* dengan tipe kepribadian *steadiness*.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membuat pengalaman *customer* dalam pembelian menu menjadi lebih mudah dan efisien.

- c. Dengan dilaksanakannya penelitian ini, diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan keakuratan data pemesanan pelanggan BunkerBrew.

I.6 Sistematika Penelitian

Penulisan laporan pada penelitian ini terdiri dari enam bab dengan isi pembahasan sebagai berikut.

BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas gambaran dari penelitian yang dilakukan kepada *coffee shop* BunkerBrew. Beberapa permasalahan yang ada di BunkerBrew adalah masih suka terjadinya data yang tidak akurat yang menyebabkan terjadinya kesalahan pemesanan pelanggan dan proses pemesanan yang masih kurang efektif dan efisien, oleh karena itu menyebabkan bisnis BunkerBrew belum berjalan secara maksimal. Setelah itu, terdapat rumusan masalah yang memberikan beberapa masalah yang akan dibahas. Kemudian ada tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan terakhir ada sistematika penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas tinjauan pustaka yang digunakan untuk membuat solusi dari permasalahan yang sudah di bahas pada bab I. Tinjauan pustaka yang digunakan pada penelitian ini adalah *Design Thinking*, *DISC*, *User Interface*, *User Experience*, dan *Usability Testing*.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini membahas metodologi yang akan digunakan di penelitian ini dalam merancang aplikasi yang akan digunakan oleh BunkerBrew untuk menyelesaikan masalah yang sedang terjadi.

BAB IV Analisis dan Perancangan

Bab ini membahas tentang tahap-tahapan metode *design thinking* yaitu *empathize*, *define*, dan *ideate*. *Empathize* adalah tahapan di mana pelanggan memberi tahu masalah-masalah apa saja yang mereka alami. *Define* adalah tahapan di mana

semua informasi yang sudah diterima akan dijadikan suatu pemahaman yang lebih jelas dengan masalah yang sedang berada di BunkerBrew. *Ideate* adalah tahapan di mana masalah-masalah yang didapatkan dari *define*, diubah menjadi solusi.

BAB V Implementasi dan Pengujian

Bab ini membahas tentang tahap-tahapan berikutnya pada *design thinking* yaitu *prototype* dan *testing*. *Prototype* adalah tahapan di mana solusi yang sudah dihasilkan oleh *ideate* diubah menjadi prototipe yang berisikan fitur-fitur yang mempresentasikan dari produk yang ingin dibuat. *Testing* adalah tahapan di mana hasil prototipe yang sudah jadi, akan di *test* oleh pelanggan agar bisa ditemukannya jika masih ada permasalahan. Dengan itu akan memberikan hasil sebuah produk yang lebih baik.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini membahas tentang kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan kepada BunkerBrew. Kesimpulannya adalah sebuah aplikasi *website* yang bisa diakses oleh pelanggan menggunakan *handphone*, yang membuat proses pemesanan dan pembayaran menjadi lebih praktis dan efisien. Adapun saran untuk penelitian kedepannya agar bisa melakukan penelitian yang lebih baik.