

BAB I

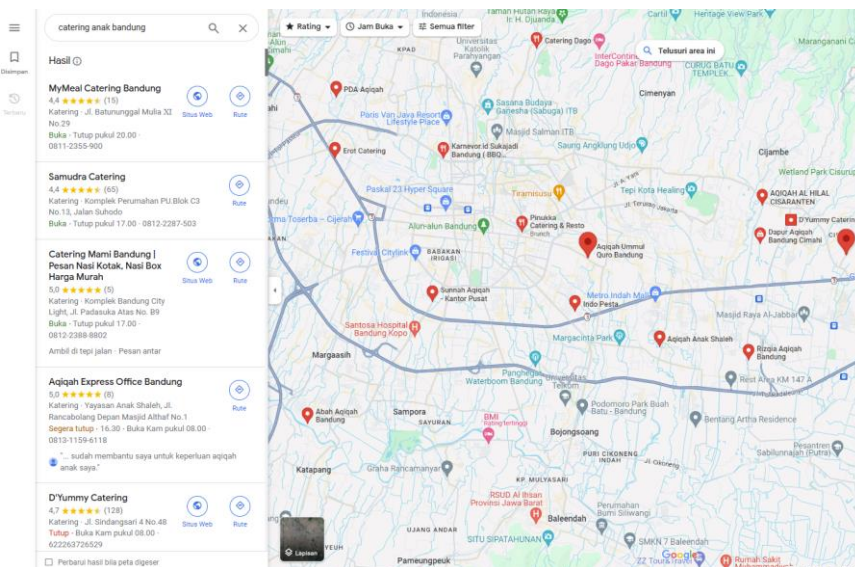
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Catering merupakan salah satu bisnis yang cukup digemari oleh sebagian masyarakat Indonesia. Begitu banyaknya pengusaha yang bergerak dibidang pangan dikarenakan adanya keanekaragaman kuliner khas dari berbagai daerah di seluruh Indonesia. Dalam situs berita Detik Finance (Anggita, 2023) Plh. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Kemendag, Miftah Farid, mengatakan bahwa makanan olahan adalah salah satu produk ekspor unggulan Indonesia di pasar global. Selain itu menurut UKMINDONESIA.ID, bisnis *catering* terus mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia yang pada tahun 2019, pendapatan penyedia makanan dan katering di Jawa Barat mencapai sekitar 9,6 triliun rupiah (Rohmah, 2023). Itulah yang menjadi alasan mengapa bisnis *catering* menjadi peluang usaha yang cukup menjanjikan.

Perbedaan usaha di bidang pangan antara *catering* dan usaha seperti restoran atau rumah makan (Malihah, 2023), yaitu dari cara pemesanannya dan sasaran konsumen yang berbeda. Berdasarkan pengalaman beberapa ibu rumah tangga melalui wawancara yang pernah memesan *catering*, biasanya *catering* sering dicari oleh masyarakat untuk keperluan acara-acara sosial yang biasanya waktu pemesanannya beberapa hari sebelum dilaksanakannya acara. Kemudian makanan yang sudah dipesan akan dikirim ke tempat tujuan acara tersebut. Acara-acara tersebut di antaranya, ada acara yang diadakan secara personal seperti acara keluarga atau bahkan acara yang melibatkan suatu lembaga kecil hingga lembaga resmi yang besar. Sedangkan usaha seperti restoran atau rumah makan biasanya menerima pelanggan yang akan memesan makanan untuk dimakan di tempat dan di hari yang sama.

Walaupun bisnis ini sudah cukup banyak di Indonesia, namun jika mencari bisnis *catering* di Indonesia yang dikhususkan untuk makanan anak melalui internet ternyata sulit ditemukan. Hal tersebut dikarenakan banyak pengusaha *catering* anak yang belum menggunakan media *online* sebagai sarana promosi (Ningtyas dkk., 2019: 29). Jika mengambil sampel dari jumlah pengusaha *catering* anak yang ditemukan di Google Maps ada sekitar 44,44% atau 40 dari 90 yang mencantumkan *link* situs web atau media sosial.



Gambar 1. 1 Pencarian *Catering* Anak di Google Maps

(sumber : <https://www.google.co.id/maps/search/catering+anak+bandung/@-6.9385715,107.6249448,13z?entry=ttu>)

Berdasarkan observasi yang dilakukan melalui wawancara informal kepada beberapa wanita yang seorang ibu rumah tangga dan juga memiliki pekerjaan, secara tidak langsung mengatakan bahwa mereka tidak sempat memasak bekal sekolah anak karena tidak sempat. Bahkan setiap pagi hari para orang tua lebih memilih untuk membeli sarapan di daerah rumahnya. Namun tidak semua anak-anaknya yang masih bersekolah tingkat dasar memiliki selera makan yang sama dengan orang tuanya. Biasanya anak kehilangan selera makan salah satunya karena sarapan yang disediakannya kurang menarik. Kualitas gizi dan tampilan dari makanan yang dibeli pun tidak begitu diperhatikan karena memang masalah waktu yang sempit di mana semuanya sibuk untuk berangkat sekolah dan kerja.

Berdasarkan pengamatan secara langsung terhadap beberapa pengusaha *catering*, rata-rata pengusaha *catering* cenderung memilih lokasi berjualan tetapnya di tempat tinggalnya sendiri. Jika berjualan di tempat tinggal sendiri membuat sulitnya menambah pelanggan kecuali jika pemilik usaha *catering*, khususnya *catering* anak ini memiliki relasi yang baik dengan tetangganya atau dengan rekan-rekan terdekatnya.

Dalam wawancara dengan beberapa pemilik usaha *catering* sehat di daerah Bandung, ternyata cara informasi produk makanan *catering* tersebut sampai ke konsumen adalah menggunakan metode *word of mouth* seperti yang telah disinggung sebelumnya. Pemilik usaha tersebut memanfaatkan relasi dengan rekan-rekannya, tetangga, atau bahkan kenalan dari para orang tua siswa sekolah dasar dan PAUD. Metode ini dipilih karena selain untuk meyakinkan konsumen tentang produk yang dijualnya melalui testimoni secara langsung, juga karena memang belum ada *platform* daring yang melayani *catering* khusus

anak. Salah satu solusi sementara yang mereka lakukan untuk memperluas sasaran pasarnya adalah dengan menggunakan media sosial. Namun media sosial biasanya hanya nyaman dalam segi promosinya saja, tidak dengan dalam proses transaksinya seperti yang dilakukan pada *ecommerce* yang cepat, mudah, dan terjamin keamanannya.

Pemesanan secara *online* makanan, minuman, atau bahkan *catering* adalah metode yang paling cepat dan mudah (Cahyani dkk., 2020). Karena pengusaha tidak perlu lagi menyewa tempat khusus untuk membuka toko fisik layaknya rumah makan/ atau restoran, cukup dengan rumah sendiri. Begitu pula dengan pelanggan yang tidak perlu datang langsung ke tempat *catering* yang dituju. Salah satu *platform* pelayanan *online* untuk pemesanan *catering* adalah dengan menggunakan aplikasi *mobile*. Saat ini pertumbuhan pasar aplikasi *mobile* di Indonesia sangat signifikan. Dalam Kompas.com, lembaga riset Nielsen menyebutkan bahwa, tidak kurang dari 95 persen masyarakat Indonesia lebih suka makanan siap santap yang 58 persen di antaranya memesan menggunakan lewat aplikasi pesan-antar (Lingga dan Setiawan, 2019). Artinya ada sekitar 61,05% pemesanan makanan menggunakan aplikasi pesan-antar.

Walaupun saat ini banyak *platform* yang menjadi mediator antara produsen dan konsumen, khususnya dalam bidang kuliner, tetapi masih sedikit ditemukannya aplikasi *mobile* yang menjadi mediator untuk *catering*, khususnya *catering* anak. Maka dari itu, penelitian ini dibutuhkan untuk mendeskripsikan perancangan sebuah *platform* yang memberikan pelayanan *catering* yang dispesifikasikan untuk makanan anak. *Platform* tersebut adalah sebuah aplikasi *mobile* dengan sistem berlangganan. Aplikasi tersebut akan menampilkan berbagai mitra *catering* anak dengan tampilan atau *user interface* (UI) aplikasi yang menyesuaikan *user experience* (UX) atau kebutuhan penggunanya. Ide perancangan ini sudah divalidasi oleh pihak penyelenggara program inkubasi bisnis WRAP Entrepreneurship yang mana perancangan aplikasi *mobile* ini diharapkan memiliki peluang bisnis yang cukup besar karena belum adanya *platform ecommerce* yang menyediakan pelayanan *catering* berlangganan khusus makanan anak.

1.2 Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dari latar belakang yang dipaparkan pada penelitian ini adalah :

- *Catering* anak di Bandung sedikit ditemukan oleh para konsumen di Internet.
- Kesulitan yang dihadapi oleh pengusaha *catering* anak dalam menyebarluaskan produknya.

- Belum adanya *platform* digital pelayanan khusus *catering* anak dengan sistem berlangganan.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan pada penelitian ini adalah “bagaimana merancang prototipe aplikasi *mobile* pelayanan *catering* anak?”.

1.3 Ruang Lingkup

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian ini dapat lebih difokuskan dengan baik dan tepat. Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Topik yang diangkat dalam seminar ini adalah UI/UX aplikasi *mobile*.
- Mendeskripsikan fitur yang dibutuhkan dalam aplikasi *mobile* pelayanan *catering* anak.
- Target sasaran yang dijadikan subjek penelitian adalah para orang tua, khususnya ibu rumah tangga.
- Objek yang diteliti mengerucut ke wilayah Bandung dan sekitarnya.
- Perancangan ini dibuat pada bulan September 2023 – Juli tahun 2024

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan perancangan prototipe aplikasi *mobile* pelayanan *catering* anak.

1.5 Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (*mixed methods*) dengan menggabungkan antara penelitian kualitatif dan kuantitatif. Metode penelitian kualitatif yang dilakukan dengan cara mengobservasi suatu objek visual yang kemudian dijelaskan secara deskriptif. Penelitian kualitatif secara umum menurut Darlington dan Scott (dalam Rachmawati, 2017) metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terdiri dari wawancara mendalam dan observasi. Wawancara dilakukan untuk meyakinkan asumsi dari latar belakang permasalahan dan teori dari berbagai sumber, sedangkan observasi dilakukan secara observasi partisipan yaitu melalui kuesioner dan observasi non-partisipan yaitu dengan cara pengamatan objek visual. Dari metode pengumpulan data akan dianalisis berdasarkan studi pustaka. Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data numerik (Agustianti dkk., 2022: 1). Metode ini menekankan pada pengukuran yang objektif dan analisis statistik dilakukan dari data hasil kuesioner *online*.

1.5.1 Pengumpulan Data

A. Observasi

Secara umum, observasi merupakan cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan, pencatatan secara sistematis dan berpikir secara kritis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan (Nurrokhma, 2021: 28 – 29). Dalam penelitian ini observasi dilakukan dengan pengamatan terhadap situasi yang dialami beberapa keluarga melalui perbincangan ringan. Selain itu observasi juga dilakukan untuk mengamati objek visual yang berkaitan dengan tampilan aplikasi *mobile* dengan tema menyesuaikan dengan penggunaan aplikasi tersebut.

B. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih dengan tujuan mengetahui pendapat seseorang, penggalian pemikiran dan konsep, atau pengalaman pribadi seseorang (Soewardikoen, 2019: 53). Pada tahapan ini bentuk kegiatan yang dilakukan adalah melakukan sesi tanya-jawab tentang situasi yang dialami oleh pengusaha *catering* khusus anak dan masalah yang dihadapi oleh para orang tua khususnya ibu-ibu. Jenis pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan terstruktur dan tidak terstruktur. Pernyataan terstruktur merupakan pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya, sedangkan tidak terstruktur, yaitu pertanyaan yang spontan terpikirkan saat itu juga.

C. Kuesioner

Menurut Mamesah, kuesioner (Angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya(2020: 49). Bentuk kegiatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah membuat daftar pertanyaan di media *google forms*, kemudian disebarakan melalui akun media sosial seperti Line, Whatsapp dan Instagram kepada target audiens dari objek penelitian.

D. Studi Pustaka

Menurut Sarwono, pengertian studi pustaka adalah kegiatan mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti (Sarwono dalam Azis, 2023). Untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penyusunan perancangan media promosi dan dapat menunjang analisis objek penelitian, dilakukannya studi pustaka berupa pengumpulan teori dan data yang bersumber dari berbagai buku, jurnal, maupun situs web.

1.5.2 Analisis Data

Analisa data merupakan upaya mencari data sebagai proses lapangan dengan berbagai persiapan pra lapangan tentunya ditata secara sistematis hasil temuan di lapangan, kemudian menyajikan temuan lapangan dan mencari makna secara terus menerus sampai tidak ada lagi makna lain yang memalingkannya (Rijali, 2018). Metode analisis data yang akan digunakan pada penelitian adalah :

A. Analisis Visual

Menurut Soewardikoen (dalam Mangangantung dan Nadia, 2021 : 11) analisis visual adalah sebuah pendekatan untuk menguraikan serta menginterpretasi sebuah karya visual. Analisis visual menurut Edmund dapat dibagi menjadi 4 tahapan, yaitu deskripsi, analisis, interpretasi, dan penilaian (Mangangantung dan Nadia, 2021 : 11). Pada metode ini analisis visual akan dilakukan terhadap UI/UX aplikasi *mobile* pelayanan *catering* anak yang memiliki tema menyesuaikan dengan kebutuhan target sasaran penelitian.

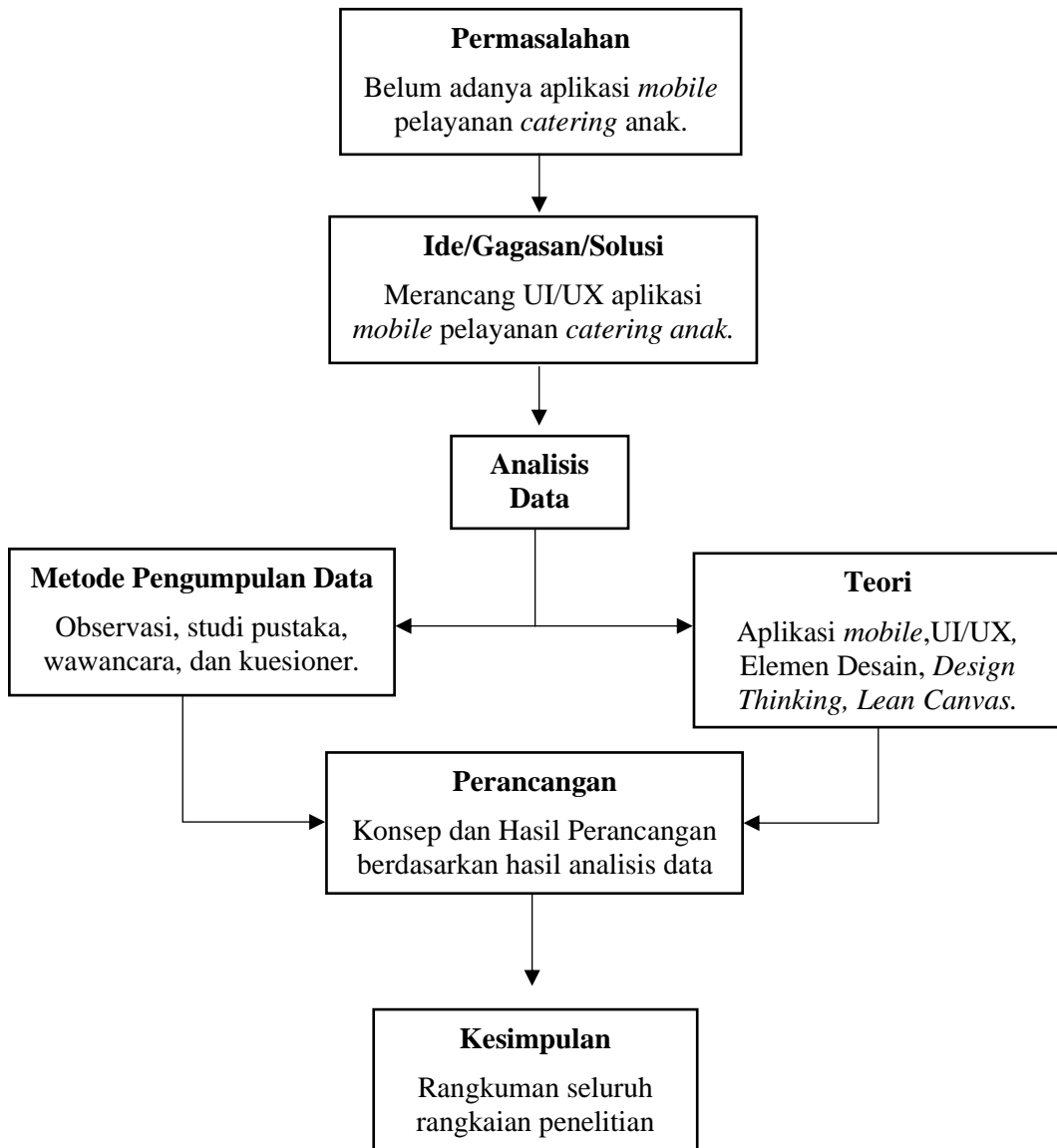
B. Analisis Matriks Perbandingan

Analisis Matriks Perbandingan adalah metode untuk menghitung bobot kriteria atau alternatif dalam pengambilan keputusan berdasarkan skala kepentingan relatif (Kurniawan, 2021). Analisis matriks digunakan untuk proses perbandingan objek visual penelitian yang berkaitan dengan UI/UX aplikasi *mobile*. Proses ini dilakukan dengan cara membandingkan tampilan aplikasi *mobile* yang sudah ada sebagai referensi untuk perancangan UI/UX aplikasi *mobile* pelayanan *catering* anak.

1.6 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan pada perancangan UI/UX aplikasi *mobile* ini adalah dengan menggunakan metode *design thinking*. Metode ini menjadikan pengguna sebagai subjek utama dalam mengeksplorasi berbagai kemungkinan solusi. Menurut Platter (dalam Ar Razi dkk., 2018 : 79 – 80) tahapannya meliputi *empathize* (empati), *define* (identifikasi), *ideate* (idealisasi), prototipe, dan uji/ *testing*. Selain itu, untuk menyusun konsep bisnis dari perancangan aplikasi ini dibuatkanlah bisnis model dengan bantuan *lean canvas*. *Lean Canvas* adalah alat perencanaan bisnis yang disusun dalam satu halaman untuk membantu mengubah ide-ide menjadi strategi yang lebih aplikatif dalam perancangan aplikasi *mobile* (Siregar dkk., 2022 : 14474 – 1493).

1.7 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 2 Kerangka Penelitian

(Sumber: dokumen pribadi)

1.8 Pembabakan

1) BAB I Pendahuluan

Memuat informasi tentang latar belakang permasalahan yang memaparkan tentang permasalahan yang dialami oleh pengusaha *catering* dan kesulitan Masyarakat mencari *catering* anak yang dapat berlangganan. Berdasarkan latar belakang tersebut dirumuskan identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan analisis, dan kerangka perancangan. Bab ini ditutup dengan pembabakan yang menguraikan secara singkat mengenai apa saja isi masing-masing bab.

2) BAB II Landasan Teori

Sebagai penunjang untuk memecahkan masalah yang telah disampaikan di Bab I , diberikan teori-teori yang disajikan dalam Bab II. Teori yang akan dicantumkan antara lain aplikasi *mobile*, UI/UX, elemen desain, *design thinking*, dan *lean canvas*. Kemudian bab ini ditutup dengan kerangka teori dan asumsi.

3) BAB III Data dan Analisis Data

Bab ini diisi oleh data-data yang dikumpulkan melalui observasi, studi pustaka, wawancara, dan kuesioner. Data-data tersebut dipaparkan secara analisis data, ringkasan wawancara, data hasil kuesioner, analisis konten visual, analisis matriks visual, analisis data kuesioner, dan penarikan kesimpulan.

4) BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini membahas tentang konsep pesan, konsep kreatif, konsep konsep visual, konsep media, dan hasil perancangan prototipe aplikasi pelayanan *catering* anak. Konsep dan hasil perancangan ini dibuat berdasarkan pada permasalahan yang ada pada pendahuluan, asumsi yang dilandaskan teori, berdasarkan data dan analisis data.

5) BAB V Penutup

Bab ini memuat kesimpulan dari seluruh bab penelitian serta saran untuk perancangan dan penelitian selanjutnya.