

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejarah kopi di Indonesia dimulai sejak abad ke-17 ketika Belanda memperkenalkan kopi di Pulau Jawa, lebih tepatnya di Batavia pada tahun 1696 [1]. Seiring berjalannya waktu, budaya menikmati kopi di Indonesia berkembang pesat, terutama dalam tiga tahun terakhir. Hal ini dapat dilihat dari maraknya fenomena kemunculan *coffee shop* [2], yang kini semakin populer tidak hanya sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga sebagai ruang untuk berkumpul, bekerja, dan menjalin interaksi sosial.

Melihat perkembangan ini, pelaku usaha di bidang kopi mulai mencari cara untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif. Di era digital seperti sekarang ini, aplikasi *mobile* menjadi alat penting untuk memperkuat strategi pemasaran dan mempermudah akses informasi. Perancangan aplikasi *mobile* ini dimaksudkan untuk mendukung ketersediaan dan kecepatan akses informasi [3]. Tujuan dari perancangan aplikasi *mobile* PUSISI adalah untuk memastikan informasi mengenai *coffee shop* dapat diakses dengan mudah dan cepat. PUSISI memudahkan konsumen dalam menemukan informasi seperti menu, lokasi, dan suasana tempat yang akan dikunjungi. Selain itu, preferensi dan kebiasaan pengguna juga menjadi pertimbangan penting dalam pengembangannya agar aplikasi ini benar-benar dapat memenuhi kebutuhan target pengguna.

Kebutuhan akan informasi yang cepat dan relevan sangat penting, terutama karena *coffee shop* kini menjadi pilihan populer bagi pekerja *freelancer* dan mahasiswa yang ingin bekerja di luar rumah. Ukuran dan tingkat keramaian tempat pun menjadi faktor penentu, karena sebagian orang membutuhkan ruang yang luas untuk berkumpul atau bekerja, sementara yang lain lebih menyukai tempat yang tenang dan kecil. Dengan berbagai preferensi ini, pencarian tempat yang sesuai menjadi tantangan tersendiri.

Untuk menjawab tantangan tersebut, pemanfaatan teknologi menjadi sangat penting. Berdasarkan data kuisisioner yang disebarluaskan kepada lima puluh responden, mayoritas sering menggunakan aplikasi *mobile* seperti *Google Maps* untuk mencari *coffee shop*. Temuan ini menunjukkan pentingnya *location-based search feature* yang mudah

diakses dalam aplikasi *mobile*, agar pengguna dapat dengan cepat menemukan *coffee shop* yang mereka tuju. Mengingat meningkatnya penggunaan *handphone* di kalangan masyarakat, aplikasi *mobile* menjadi pilihan utama dalam menyediakan informasi yang cepat dan praktis, termasuk fitur pencarian lokasi yang memudahkan pengguna untuk menemukan tempat tujuan. Dalam konteks ini, desain *user interface (UI)* menjadi elemen krusial yang memengaruhi efektivitas aplikasi.

Desain *user interface* tidak hanya sekadar tampilan, tetapi juga merupakan jembatan utama antara pengguna dan informasi. Menurut Ben Shneiderman dan Catherine Plaisant, sebuah *user interface* yang efektif harus memiliki elemen-elemen yang memudahkan pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi secara efisien dan menyenangkan. *User interface* adalah komponen yang berfungsi sebagai penghubung antara pengguna dan aplikasi, yang mencakup tampilan visual, tata letak, dan navigasi. Desain *user interface* yang intuitif dan menarik dapat meningkatkan kenyamanan pengguna dalam menggunakan aplikasi serta membantu mereka dalam mengakses informasi dengan mudah dan cepat. *User interface* aplikasi dapat membantu dan menarik pengguna dalam menggunakan aplikasi [4]. Oleh karena itu, pentingnya *user interface* tidak hanya terletak pada sisi estetika, tetapi juga dalam aspek fungsionalitas dan kemudahan penggunaan. *Well-designed interface* dapat mengurangi kebingungan pengguna dalam bernavigasi dan meningkatkan efektivitas penyampaian informasi, termasuk dalam perancangan *user interface* PUSISI ini.

Untuk memastikan bahwa perancangan antarmuka benar-benar sesuai dengan kebutuhan pengguna, digunakanlah metode *User-Centered Design (UCD)*. UCD adalah pendekatan dalam perancangan yang berfokus pada pengguna sebagai pusat dari proses desain. Penggunaan metode ini diharapkan dapat membantu pengguna agar mendapatkan hasil tampilan yang mudah dimengerti sehingga dapat digunakan dengan maksimal [5]. Pendekatan ini melibatkan pemahaman mendalam tentang perilaku pengguna melalui berbagai metode riset, seperti wawancara, survei, dan pengujian *prototype*. Dalam konteks perancangan *user interface* untuk aplikasi PUSISI, metode UCD diterapkan dengan melakukan wawancara kepada pemilik *coffee shop* dan komunitas kopi di Purwokerto, agar solusi yang dihasilkan lebih relevan dan aplikatif.

Hasil wawancara dengan pemilik coffee shop menunjukkan bahwa tantangan utama mereka adalah membangun kepercayaan pelanggan agar mereka kembali secara teratur, bukan hanya datang sekali. Beberapa faktor yang dianggap penting dalam mencapainya adalah lokasi yang strategis, kualitas biji kopi, variasi minuman, dan suasana yang nyaman. Selain itu, kepercayaan pelanggan juga menjadi kunci, karena jika mereka merasa puas, jarak bukan lagi menjadi masalah. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, coffee shop dapat menciptakan pengalaman positif yang memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mendorong loyalitas.

Sebagai bentuk implementasi dari temuan tersebut, aplikasi PUSISI tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai media promosi yang efektif. Dengan menggunakan fitur yang ada di aplikasi ini, proses promosi dapat dilakukan secara efisien. Tujuan utama dari promosi adalah untuk meningkatkan penjualan dengan menginformasikan, membujuk, dan memberikan pengaruh untuk membeli produk dan merek suatu perusahaan [6]. Promosi berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara bisnis dan pelanggan, untuk memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang produk, mulai dari manfaat, keunggulan, atribut-atribut yang dimiliki produk, harga, hingga informasi mengenai lokasi dan cara memperolehnya. Melalui fitur dalam perancangan *user interface* pada aplikasi PUSISI, pengguna dapat dengan mudah mengakses semua informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan pembelian. Masyarakat konsumen harus dibuat kenyang dengan informasi produk yang ditawarkan kepadanya. Oleh karena itu, perusahaan harus memilih cara yang efektif untuk menyampaikan berita tentang produk kepada masyarakat dengan cara yang tepat.

Akhirnya, Melalui perancangan *user interface* aplikasi *mobile* PUSISI, pengguna dapat dengan mudah melihat daftar *coffee shop* di Purwokerto dan langsung melakukan *booking*. PUSISI juga menawarkan fitur untuk melacak lokasi teman secara real-time saat mereka berada di *coffee shop* selama pengguna sudah saling menambahkan teman. Aplikasi ini memudahkan pengguna dalam menemukan *coffee shop* yang sesuai dengan preferensi mereka, baik itu berdasarkan lokasi, jenis kopi, atau suasana tempat. Dengan fitur pencarian berbasis lokasi dan sistem reservasi, PUSISI membantu memperkenalkan *coffee shop* di Purwokerto secara lebih efektif, meningkatkan pengalaman pengguna, serta mendukung strategi promosi bagi pemilik *coffee shop*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah yang terdapat di dalam penelitian ini adalah :

- 1.2.1. Bagaimana perancangan *User Interface* aplikasi PUSISI *mobile* “PUSISI” sebagai media promosi *coffee shop* di Purwokerto menggunakan metode UCD.

1.3 Tujuan Perancangan

Setelah mempertimbangkan rumusan masalah yang telah di tetapkan dilanjutkan dengan tujuan penelitian sebagai berikut :

- 1.3.1. Meningkatkan Visibilitas *coffee shop* di purwokerto sehingga lebih dikenal oleh Masyarakat luas baik itu lokal atau pengunjung luar kota.
- 1.3.2. Menyediakan Informasi yang Akurat dan Lengkap "PUSISI" tentang *coffee shop* di Purwokerto.

1.4 Manfaat Perancangan

Analisis ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi berbagai pihak, terutama :

- 1.4.1. Bagi keilmuan DKV, dapat menjadikan perancangan *User Interface* atau UI ini sebagai tinjauan desain terutama bagi Mahasiswa Telkom University Purwokerto program studi Desain Komunikasi Visual.
- 1.4.2. Bagi Universitas dapat menerapkan nilai mulia HEI pada nilai H atau *Harmony* diharapkan Desain *User Interface* ini dapat membawakan kebaikan kepada diri sendiri dan orang lain.
- 1.4.3. Bagi Masyarakat dapat memperluas pemahaman terkait bidang *User Interface* melalui perancangan aplikasi PUSISI.

1.5 Batasan Perancangan

Untuk menegaskan fokus dalam perancangan *User Interface* aplikasi PUSISI dirumuskan Batasan masalah sebagai berikut :

- 1.5.1. Kriteria *coffee shop* yang masuk kedalam perancangan merupakan hanya *coffee shop* yang beradap di Purwokerto.
- 1.5.2. Perancangan *user interface* aplikasi *mobile* "PUSISI" akan difokuskan pada *platform mobile*.
- 1.5.3. Perancangan *user interface* ini menggunakan metode *User-Centered Design* (UCD).
- 1.5.4. Perancangan *user interface* hanya sampai tahap *prototype* di Figma.