

Perancangan *User Interface Mobile App* untuk Kumpulan *Start-Up Coffee Shop* di Wilayah Jakarta Timur sebagai Wadah Pemasaran Produk dengan Metode *Design Thinking*

Tasya Aulia Andriani^{#1}, Dian Permata Sari^{#2}, Rian Andrian^{#3}[#]*Pendidikan Sistem dan Teknologi Informasi, Universitas Pendidikan Indonesia
Jl. Setia Budi, No.229, Bandung, Jawa Barat.*¹tasyaauliaa@upi.edu²dianpermatasari@upi.edu³rianandrian@upi.edu

Abstrak

Perkembangan zaman saat ini berpengaruh besar terhadap kemunculan bisnis atau *start-up* baru yang salah satunya merupakan *start-up* di bidang kuliner. Start up dalam bidang kuliner saat ini marak ditemukan dengan kemunculan berbagai resto, yang salah satunya paling banyak diminati ialah kedai Coffee Shop yang menjadi daya tarik oleh kalangan muda, dewasa, hingga orang tua untuk menikmati hidangan dan cemilan dari berbagai kedai kopi kekinian. Kemunculan kedai Coffee Shop saat ini selalu ramai kunjungan bahkan bagi pelanggan yang enggan datangpun tetap dapat menikmatinya dengan memanfaatkan platform perantara untuk mendapatkan menu produk dari kedai kopi favoritnya. Salah satu cara untuk merampung kumpulan start up kedai kopi ialah dibentuknya suatu platform khusus yang berisikan berbagai kumpulan kedai kopi sehingga mempermudah pelanggan untuk menikmatinya. Penggambaran suatu platform tersebut dibuat terlebih dahulu skema perancangan *user interface* yang dibuat sehingga fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi dapat memudahkan, serta menerapkan *user experience* untuk memahami sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pada penelitian ini menerapkan metode pendekatan *design thinking* guna menghasilkan suatu perancangan produk yang terbaru sesuai dengan kebutuhan pengguna. Untuk mengetahui keefektifan produk yang telah dirancang, dilakukan pengujian produk dengan menerapkan system *Guerilla Usability Test* pada prototipenya. Hasil pengujian kegunaan dengan perhitungan *Guerilla Usability Test* diperoleh hasil 2 dari 7 skenario memiliki nilai terendah, yaitu 7 dari 9 poin. Alhasil dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan prototipe yang dirancang memiliki pengalaman pengguna yang bernilai baik berdasarkan pengukuran *Guerilla Usability Test*.

Kata kunci: *Start-Up, User Interface, User Experience, Kedai Kopi, Design Thinking, Guerilla Usability Test.*

Designing a Mobile App User Interface for a Collection of Start-Up Coffee Shops in the East Jakarta Region as a Product Marketing Forum with a Design Thinking Method

Abstract

The development of the current era has a big influence on the emergence of new businesses or start-ups, one of which is a start-up in the culinary field. Start-ups in the culinary field are currently rife with the emergence of various restaurants, one of which is the most in demand is the Coffee Shop shop which is an attraction by young people, adults, to the elderly to enjoy dishes and snacks from various contemporary coffee shops. The emergence of Coffee Shop shops today is always crowded with visits even for customers who are reluctant to come can still enjoy it by utilizing an intermediary platform to get a menu of products from their favorite coffee shops. One way to complete a collection of coffee shop start-ups is the establishment of a special platform containing various groups of coffee shops so as to make it easier for customers to enjoy it. The depiction of a platform is made in advance of the user interface design scheme created so that the features contained in the application can facilitate, and apply the user experience to understand according to the needs of the user. In this study, we applied a design thinking approach method to produce a new product design in accordance with user needs. To find out the effectiveness of the product that has been designed, product testing is carried out by applying the Guerilla Usability

Test system on the prototype. The results of the usability test with the calculation of the Guerilla Usability Test obtained the results of 2 out of 7 scenarios have the lowest value, which is 7 out of 9 points. Therefore, it can be concluded that overall the prototype designed has a good user experience based on guerilla usability test measurements.

Keywords: Start-Up, User Interface, User Experience, Coffee Shop, Design Thinking, Guerilla Usability Test.

I. PENDAHULUAN

Kedai atau resto dikenal dengan penyajian kuliner untuk dinikmati oleh masyarakat seluruh kalangan usia. Pada era kemajuan zaman seringkali masyarakat menyebut kedai atau resto dengan sebutan kafe karena dinilai lebih kekinian [1]. Saat ini tidak sulit menemukan kafe untuk menikmati hidangannya, apalagi dengan kemajuan zaman kafe memiliki menu khususnya tersendiri yang salah satunya ialah kafe kopi atau dengan sebutan kedai kopi. Kedai kopi menyajikan berbagai varian menu terkait dengan cemilan, makanan, dan minuman yang memiliki produk khasnya tersendiri. Hal tersebut menjadi daya tarik diseluruh kalangan usia karena penyajian produk maupun tempatnya sangat cocok untuk dinikmati sebagai sekedar hiburan, teman mengerjakan tugas, ataupun melakukan perayaan kecil. Kemunculan kedai kopi saat ini menjadi suatu hal yang seringkali dijumpai hampir di seluruh sudut wilayah kota. Bahkan saking diminatinya, kedai kopi seringkali bermunculan *start-up* baru dengan nama yang unik dan menu yang berbeda dari biasanya [2].

Start-up kedai kopi yang marak ditemukan saat ini di wilayah Indonesia salah satunya ialah di kota Jakarta Timur. Pada wilayah tersebut banyak *start-up* kedai kopi shop yang baru rilis sehingga terkadang masih belum dapat diakses melalui platform perantara. Dengan bermunculan *start-up* kedai kopi terkini memberikan dampak yang besar terhadap pendapatan karena selalu ramai kunjungan, bahkan pelanggan yang enggan untuk datang secara langsung dapat dengan mudah menikmati produk dari kedai kopi favoritnya melalui platform perantara yang telah terjalin kerjasama. Namun platform perantara saat ini yang marak digunakan oleh calon pelanggan terkadang tidak mencakup seluruh *start-up* kedai kopi terbaru sehingga calon pelanggan agak sulit untuk mencari kedai favorit yang diinginkannya. Platform perantara saat ini, seperti halnya Gofood, Grabfood, Shopeefood, dan lainnya. Padahal, apabila dengan mudah mendapatkan informasi terkait *start-up* kedai kopi yang baru saja rilis dapat menjadi salah satu bentuk dari pemasaran produk [3].

Pemasaran yang dilakukan oleh *start-up* kedai kopi di wilayah Jakarta Timur umumnya dilakukan dengan mengiklankan produk melalui sosial media dengan akun bisnis kedai kopinya tersendiri. Oleh karena itu, dalam pemasaran bagi *start-up* yang baru saja mengenal dunia bisnis harus paham betul dengan menyesuaikan dari target pasar yang dituju. Salah satu bentuk dari pemasaran produk dapat dilakukan seperti dengan mengiklankan produk melalui social media dari akun asli kedai kopi yang dibuat, atau juga seperti memasang banner produk di halaman aplikasi platform perantara untuk menonjolkan produk dan brand [4].

Dengan kemunculan *start-up* kedai kopi yang begitu marak saat ini, salah satu cara untuk merampung kumpulan *start-up* kedai kopi tanpa harus akses melalui platform perantara ialah dibentuknya suatu platform khusus yang

berisikan kumpulan kedai kopi sehingga mempermudah calon pelanggan untuk menikmati produk yang dipasarkan [5]. Rancangan yang dibuat untuk platform *start-up* kedai kopi ini dibuat dengan nama aplikasinya, yaitu Kedai Kopi. Sehingga dalam perancangannya dibuat terlebih dahulu skema untuk *user interface* dengan mengandalkan *user experiencenya* yang berfokus pada pengguna di wilayah Jakarta timur. Penerapannya dilakukan dengan metode pendekatan *design thinking* yang mana memiliki 5 tahapan, yaitu empathize, define, ideate, prototipe, dan testing, agar tercipta perancangan fitur-fitur pada aplikasi yang sesuai dengan dengan kebutuhan pengguna [6].

Berdasarkan survey kuesioner dari respon pengguna mendapatkan 75% setuju untuk dibuatkan *mobile app* khusus kedai kopi di Wilayah Jakarta dengan secara garis besar alasannya itu agar lebih mudah untuk mendapatkan informasi kedai kopi disekitar tanpa menggabungkan kedai kopi dengan resto makanan pada umumnya. Oleh sebab itu, penulis mulai berinisiatif untuk membuat suatu perancangan aplikasi *mobile* yang diharapkan kedepannya dapat terealisasi agar tidak perlu kesulitan mencari kedai kopi favoritnya. Dengan adanya aplikasi *mobile* yang saat ini menampilkan beberapa fitur canggih, tidak melepas kemungkinan rancangan aplikasi *mobile* dapat mempermudah calon pelanggan untuk mengakses tanpa memakan waktu [7].

Dalam penelitian ini, penulis akan membuat suatu Perancangan Program Untuk Kumpulan Start Up Coffee Shop di Wilayah Jakarta Timur Sebagai Wadah Pemasaran Produk Dengan Metode Design Thinking yaitu metode yang berfokus pada permasalahan pengguna sehingga mencari insight, menganalisis kebutuhan, dan memberikan solusi yang tepat untuk mengimplementasikannya agar sesuai dengan kebutuhan pengguna [8].

II. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam perancangan platform aplikasi Kedai Kopi menerapkan metode pendekatan *design thinking*, yang mana dimanfaatkan untuk menganalisis kebutuhan pengguna untuk memberikan hasil rancangan fitur yang interaktif serta sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pengguna. Platform aplikasi Kedai Kopi dibuat pada perangkat *mobile*, seperti *smartphone* yang dirancang karena dilihat dari keseharian pengguna tidak lepas dari *gadget* atau *smartphone* pribadinya. Penelitian ini dilakukan dengan merampung data melalui metode observasi, studi literatur dan survey. Hal tersebut dilakukan guna memperoleh informasi yang dibutuhkan agar sesuai dengan kebutuhan pengguna dan mencapai maksud dari tujuan penelitian [9].

A. Perancangan

Perancangan ialah suatu proses yang menggambarkan, menyusun, dan merencanakan beberapa komponen guna menjadi suatu fungsional utuh, lengkap, dan mampu

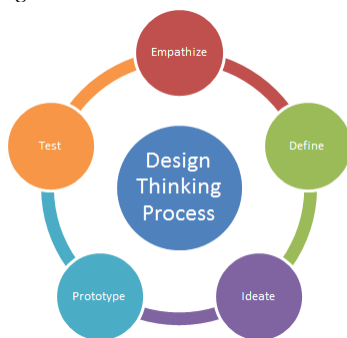
menjadi suatu produk. Perancangan suatu produk dapat dibuat terlebih dahulu berupa alur penerapannya agar mempermudah proses urutan system ke tahapan selanjutnya.

Menurut Soetam Rizky (2011) Perancangan adalah suatu proses yang mendefinisikan suatu hal yang dikerjakan dengan menggunakan metode atau teknik yang bervariasi serta didalamnya melibatkan deskripsi mengenai elemen serta detail komponen yang akan dialami dalam proses pengerjaannya [10].

B. Metode Pendekatan Design Thinking

Pendekatan *design thinking* merupakan suatu proses yang menjadikan pengguna sebagai suatu objek utama untuk memahami, dan merancang suatu permasalahan berdasarkan pengalaman yang terjadi. Penerapan pemecahan suatu permasalahan memfokuskan pada kebutuhan pengguna yang mana dalam tahapan *design thinking* memberikan berbagai ide untuk dijadikan solusi dari setiap permasalahan yang menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Alhasil, pengimplementasiannya itu dilakukan pada perancangan platform aplikasi yang akan dibuat [11].

Design thinking juga disebut sebagai alat untuk memecahkan suatu permasalahan dengan 5 tahapan yang dimiliki. Tahapan tersebut, berupa *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Berikut siklus dari tahapan *design thinking* :



Gambar 1. Proses *design thinking*

1) *Empathize*: Dimanfaatkan untuk memahami suatu permasalahan melalui proses mengamati (observasi), wawancara, ataupun survey dengan mengisi kuesioner yang dibagikan kepada calon pengguna agar mendapatkan *insight* dari fokus penelitian dari suatu produk yang dibuat.

2) *Define*: Mendefinisikan suatu permasalahan yang telah ditemukan melalui tahapan sebelumnya dengan menerapkan proses kerangka berfikir guna memahami permasalahan, sehingga mendapatkan informasi yang jelas terkait dengan permasalahan yang ada.

3) *Ideate*: Menghasilkan ide berupa solusi yang dapat mendefinisikan dari permasalahan sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti menerapkan pemikiran yang kritis, inovatif, dan kreatif guna menghasilkan pandangan baru yang sesuai dengan kebutuhan dari permasalahan pengguna.

4) *Prototype*: Membuat dan menghasilkan rancangan produk dari ide pemikiran sebelumnya. Tahap ini dikenal

dengan fase eksperimental karena memiliki hasil yang akan diuji ditahap selanjutnya. Selama proses berlangsung memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan desain produk agar lebih inovatif dan realistis agar dapat diwujudkan menjadi produk yang baik.

5) *Testing*: Hasil produk yang telah dirancang akan diuji dari segi *prototypenya*. Selama proses pengujian berlangsung peneliti akan menerima umpan balik dari desain yang dibuat. Oleh karena itu memungkinkan peneliti untuk mengulang kembali proses yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan adanya umpan balik menjadikan suatu produk rancangan terbantu untuk memecahkan masalah dengan tepat, dan dapat menyempurnakan hasil prototipe.

C. Pemasaran Produk

Pemasaran dikenal sebagai suatu usaha yang melakukan bentuk penjualan, pengiklanan, dan adanya kegiatan pengiriman produk kepada pelanggan. Pemasaran sendiri dimanfaatkan untuk meraih keuntungan dengan menetapkan suatu strategi penjualan dari masing-masing *start-up* [12]. Pemasaran yang dilakukan biasanya dalam bentuk produk guna menghasilkan nilai jual, sehingga calon penikmatnya dapat memanfaatkannya sesuai dengan nilai fungsional yang dipasarkan.

D. User Interface

User Interface (UI) merupakan suatu tampilan visual dari produk yang menghubungkan antara sistem dengan pengguna yang memiliki fungsional bermanfaat. Tampilan *user interface* seperti halnya warna, bentuk, dan tulisan yang dibuat semenarik mungkin dalam suatu perangkat lunak [13], [14]. Oleh karena itu, *user interface* dikenal dengan tampilan dari suatu produk yang dapat dilihat ataupun dipandang oleh pengguna.

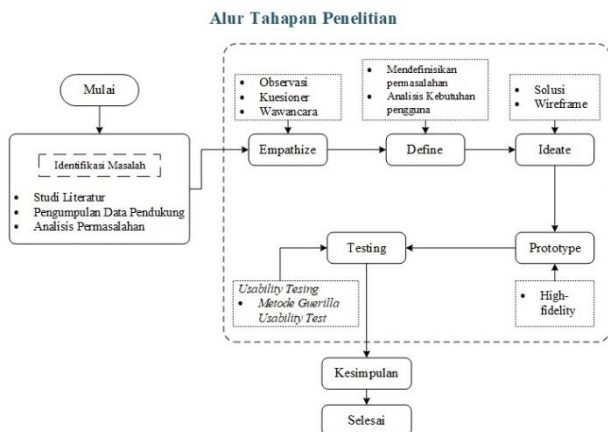
E. User Experience

User Experience (UX) ialah suatu pendapat dan asumsi masyarakat terhadap suatu pemanfaatan produk. *User Experience* (UX) menilai atau mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna terhadap suatu pemanfaatan produk dengan melihat seberapa nyamannya pengguna terhadap produk yang digunakan. Hal tersebut membuat *user experience* memiliki dasarnya sendiri dalam menentukan tingkat kepuasan pengguna [15]. Dengan begitu *user experience* menggambarkan bahwa kualitas dari pengalaman pengguna ketika sedang berinteraksi dengan suatu produk tertentu [16].

III. METODOLOGI

Pada penelitian Perancangan User Interface Mobile App Untuk Kumpulan Start-Up Coffee Shop di Wilayah Jakarta Timur Dengan Metode Design Thinking menerapkan pendekatan data kuantitas dan data kualitatif. Data yang didapatkan ialah hasil dari pengujian dan evaluasi usability testing menggunakan *Guerilla Usability Test* yang menargetkan berapa pengguna untuk pengujian sehingga score maksimal yang didapatkan juga menyesuaikan dengan jumlah pengguna yang menguji produk tersebut

[16]. Pada gambar dibawah ini merupakan alur proses dari penyusunan penelitian ini. Berikut ialah penggambaran proses penelitian yang dilakukan:



Gambar 2. Tahapan penelitian

A. Identifikasi Masalah

Proses penelitian dimulai dari mencari dan mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara, serta diskusi. Hal tersebut dilakukan guna data yang telah terkumpul akan menjadi acuan dalam proses selanjutnya yaitu *empathize* pada *design thinking*.

B. Empathize

Peneliti mengamati serta mencari informasi terkait dengan apa yang dilakukan serta yang dirasakan pengguna pada topik yang disampaikan. Peneliti harus menjembatani pemahaman tentang apa yang pengguna lakukan, rasakan, dan sampaikan. Sehingga peneliti mampu menyikapi dengan berempati kepada pengguna serta mampu memposisikan peneliti sebagai pengguna untuk mendalami cara pandang yang serupa dengan pengguna. Pada tahap ini untuk mendapatkan respon yang terdata dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna dan melakukan wawancara langsung guna mendapatkan data yang akurat. Informasi yang ingin dicapai berupa kebutuhan, kebiasaan, serta perilaku pengguna terhadap menikmati produk dari coffee shop.

C. Define

Peneliti mampu mendefinisikan permasalahan terhadap informasi yang telah dikumpulkan pada tahapan sebelumnya dari apa yang pengguna rasakan. Oleh karena itu, peneliti berfokus secara spesifik dan mendalami insight serta kebutuhan pengguna dengan menganalisis dan mengelompokkan permasalahan yang dialami. Pada fase ini peneliti masalah yang ada dikelompokkan sesuai dengan klasifikasinya untuk membangun fitur, dan elemen lainnya sesuai dengan kebutuhan dalam merancang aplikasi Kedai Kopi.

D. Ideate

Setelah peneliti mampu mendefinisikan dan mengelompokkan permasalahan, tahap selanjutnya ialah mencari dan menentukan ide yang dapat dijadikan solusi dari permasalahan yang menyesuaikan dengan kebutuhan

pengguna. Pada tahap ini untuk mendapatkan dan mencari ide dapat menerapkan cara *brainstorming* yang mana kita mampu mengumpulkan sebanyak mungkin ide untuk menemukan solusi yang tepat.

Maka dari itu, setelah mendapatkan berbagai ide, tetap harus dilakukan penyaringan sampai menemukan solusi yang tepat untuk meminimalisir dan menghindari kemunculan permasalahan baru. Tahapan *ideate* setelah menemukan ide yang tepat itu terdapat pembuatan *low-fidelity* atau yang dikenal dengan *wireframe*. *Wireframe* sendiri merupakan bagian dari tahapan *ideate* dengan melakukan penggambaran dari *mobile app* yang terbilang masih gambaran kasar berupa elemen dasar, seperti isi konten, text, tombol, dan navigasi.

E. Prototype

Hasil rancangan ide berupa solusi dari permasalahan yang telah didapatkan, selanjutnya akan dilakukan perancangan dengan mengimplementasikan ide ke dalam bentuk fisik yang dapat dilihat hasil desain perancangannya. Tahapan eksperimental ini menjadikan rancangan solusinya untuk dilakukan pengujian pada tahap selanjutnya. Pada fase ini solusi ide yang dibuat diimplementasikan dengan hasil *high fidelity* atau tampilan yang sedetail mungkin dengan produk yang akan diproduksi dari aplikasi Kedai Kopi. Maka dari itu, dalam tahapan *prototype* dari Kedai Kopi dibuat dengan sedetail mungkin yang memasukkan elemen, dan fitur yang dibutuhkan oleh pengguna.

F. Test

Setelah perancangan produk sudah jadi, selanjutnya dilakukan tahapan pengujian rancangan guna mengetahui fungsionalitas dan respon yang diberikan pengguna ketika menggunakannya. Ketika melakukan tahapan ini, pengguna akan menyampaikan umpan balik terhadap rancangan yang diuji, sehingga peneliti harus memahami kembali agar menjadi produk yang benar-benar telah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pada fase ini umpan balik dari pengguna sangat penting untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam mendukung produk dengan tujuan sebaik mungkin. Pada pengujian ini dilakukan dengan teknik *guerrilla usability test* yang memanfaatkan 3 penguji untuk memberikan penilaiannya, yang mana peneliti selama dilakukan pengujian tersebut menjelaskan scenario apa saja yang menjadi acuan dalam pengujian produk.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kedai Kopi ialah *online platform* berbasis *mobile app* yang ditujukan untuk mempermudah calon pelanggan untuk menikmati menu kopi dengan fleksibel dalam satu aplikasi khusus, sehingga calon pelanggan tidak perlu memesan melalui aplikasi perantara. Kedai Kopi menyediakan khusus kedai kopi yang tersedia di wilayah Jakarta Timur, dengan begitu calon pelanggan dapat memilih kedai kopi favoritnya tanpa merasa kesulitan

dengan mencari kedai kopi yang tercampur dengan resto umum lainnya.

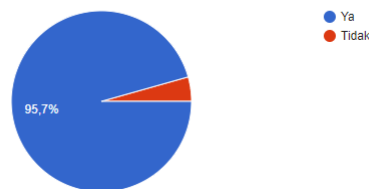
Sasaran dari *mobile app* Kedai Kopi ialah masyarakat yang gemar menikmati menu kopi. Penikmat kopi saat ini digemari oleh hampir seluruh kalangan usia, sehingga rancangan aplikasi ini dibuat sesederhana mungkin untuk mengurangi kendala yang terjadi oleh user. Pada pengembangan rancangan aplikasi ini, menyediakan alur pemesanan yang simple dengan tampilan yang dibuat lebih memfokuskan isi konten sehingga pengguna lebih berfokus pada tujuan dari aplikasi.

A. *Empathize*

Fase ini peneliti memberikan kuesioner kepada pengguna melalui *google form* untuk meninjau respon yang diberikan oleh pengguna terhadap aplikasi Kedai Kopi.

Menurut Anda, apakah perlu aplikasi khusus untuk menampilkan kumpulan kedai kopi di wilayah sekitar?

23 jawaban



Gambar 3. Penilaian pengguna terkait *platform* khusus kumpulan kedai kopi

Gambar diatas merupakan diagram dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada pengguna dengan jumlah respon yang didapatkan sebanyak 23 responden. Berdasarkan hasil respon pada pertanyaan tersebut menegaskan bahwa pengguna dominan menginginkan adanya *platform* khusus untuk menyajikan kumpulan kedai kopi di wilayah sekitar dengan presentase 95,7%. Oleh karena itu, peneliti mengembangkan rancangan aplikasi Kedai Kopi yang berbasis *mobile app*.

Beberapa masukan yang disampaikan calon pengguna terhadap rancangan aplikasi Kedai Kopi ialah sebagai berikut:

- Pengguna menyadari bahwa dengan adanya aplikasi khusus kedai kopi dapat mempermudah dalam memesan produk tanpa tercampur dengan resto umum.
- Pengguna juga mengharapkan terdapat fitur rating kedai kopi dan menu.
- Serta pengguna menginginkan adanya fitur detail lokasi untuk memudahkan jangkauan pengguna dalam menikmati produk.

Berdasarkan respon yang disampaikan pengguna tersebut merupakan menjadi suatu pertimbangan dan acuan guna menghasilkan rancangan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

B. *Define*

Setelah tahapan memahami permasalahan selesai, selanjutnya dilakukan proses mendefinisikan permasalahan dengan mengelompokkan kendala yang telah didapatkan

melalui hasil kuesioner dengan respon yang diberikan pengguna. Hasil pengelompokkan berdasarkan masalah tersebut, berikut ialah daftar kebutuhan pengguna, yaitu:

TABEL I
KLASIFIKASI MASALAH

Masalah	Klasifikasi Masalah
Menyajikan kedai kopi dan resto umum	Kategori
Kualitas kedai kopi dan menu	Penilaian
Fitur lokasi	Aksesibilitas

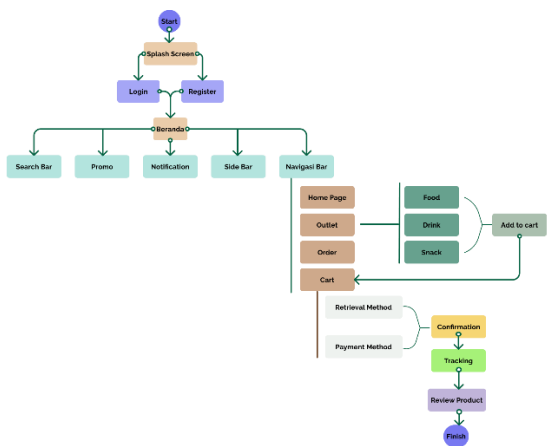
C. *Ideate*

Tahap pengelompokkan dan mendefinisikan permasalahan telah dilakukan sehingga tahapan selanjutnya ialah mengumpulkan ide yang akan dijadikan solusi dari setiap permasalahan yang dirasakan pengguna. Penerapan pengumpulan ide tersebut dilakukan dengan *brainstorming* guna mendapatkan hasil ide yang tepat agar tidak muncul kendala baru pada perancangan aplikasi Kedai Kopi. Berikut ialah solusi ide yang dihasilkan, yaitu:

TABEL III
SOLUSI DARI MASALAH

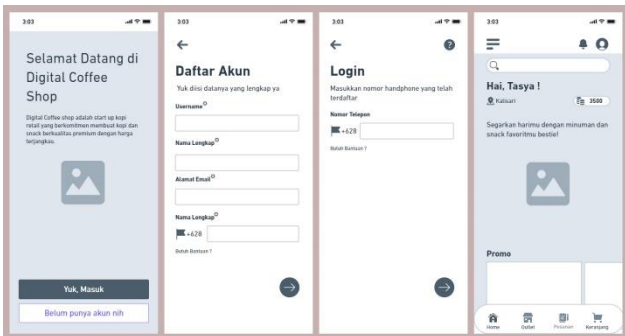
Masalah	Klasifikasi Masalah
Menyajikan kedai kopi dan resto umum	Menyajikan fitur toko khusus kumpulan kedai kopi, dengan di wilayah yang dapat dipilih sesuai kebutuhan.
Kualitas kedai kopi dan menu	Menampilkan penilaian dari kualitas toko dan menu, sehingga pengguna mengetahui mengetahui tingkat kualitas toko dan menu.
Fitur lokasi	Menyajikan detail lokasi baik itu dari jarak, nama lokasi, waktu operasional, dan range harga, sehingga lebih mudah untuk meninjau kedai kopi yang diinginkan.

Setelah mendapatkan solusi yang tepat untuk permasalahan tersebut, peneliti membuat gambaran berupa *information architecture* dari perancangan aplikasi Kedai Kopi sebagai berikut:

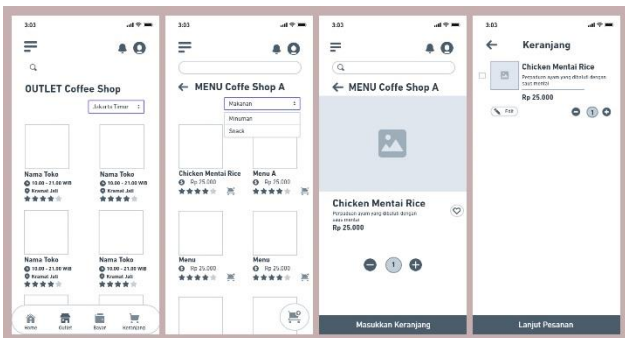


Gambar 4. Information architecture aplikasi kedai kopi

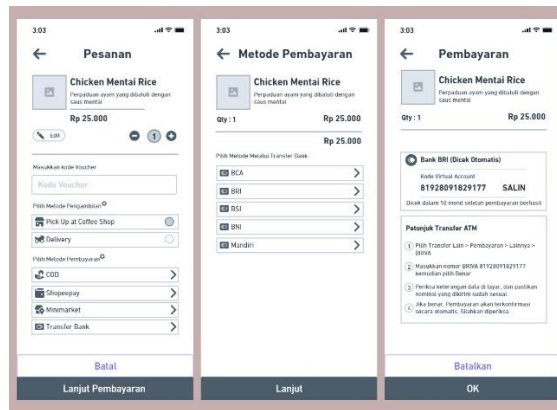
Tak hanya itu, selanjutnya tahap ini juga membuat wireframe yang berfokus pada elemen dasar, seperti navigasi, text, isi konten, dan tombol yang diterapkan pada mobile app Kedai Kopi. Berikut ialah wireframe yang telah dibuat, yaitu:



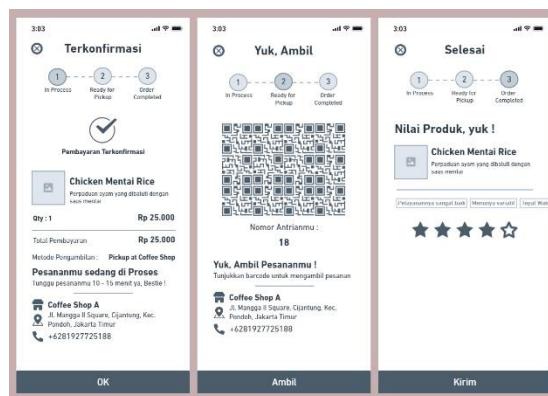
Gambar 5. Wireframe kedai kopi halaman login sampai beranda



Gambar 6. Wirefram kedai kopi halaman toko sampai menu



Gambar 7. Wireframe kedai kopi halaman pembayaran

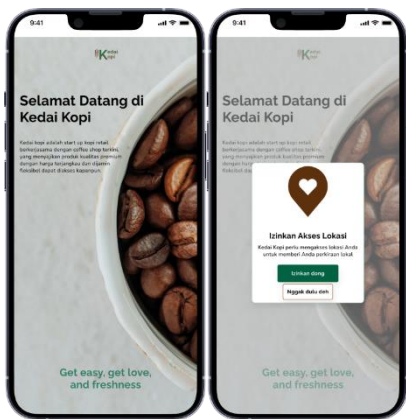


Gambar 8. Wireframe kedai kopi halaman pesanan di proses

D. Prototype

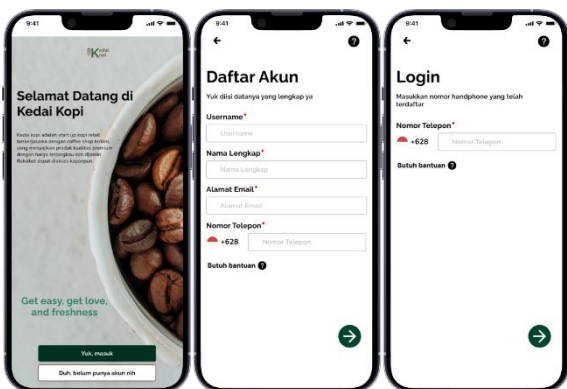
Setelah mendapatkan solusi ide dari permasalahan yang dialami pengguna. Tahapan selanjutnya ialah mengimplementasikan ide tersebut kedalam rancangan yang terlihat lebih nyata. Pengimplementasian tersebut berupa high-fidelity guna melihat respon pengguna terhadap gambaran mobile app apakah telah memenuhi kebutuhan pengguna atau belum, sehingga apabila terdapat kekurangan, akan dilakukan perubahan hingga mendapatkan kepuasan dari pengguna.

Perancangan high-fidelity tersebut memiliki alur sehingga tergambaran prototype dari mobile app Kedai Kopi. Oleh karena itu, prototype yang dirancang harus detail, dan fitur yang terdapat dalam aplikasi juga harus disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Sehingga dengan prototype yang dibuat detail tersebut akan terlihat tampilan antarmuka yang nyata. Hasil perancang dari mobile app Kedai Kopi dibuat hingga tahap prototype, berikut beberapa tampilan prototype mobile app Kedai Kopi, yaitu:



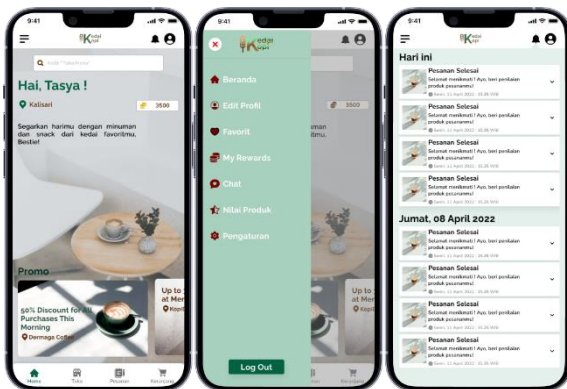
Gambar 9. Halaman splash screen & akses lokasi

Pada gambar 9 diatas merupakan halaman awal ketika pengguna membuka aplikasi Kedai Kopi. Terlihat terdapat izin akses lokasi terkini guna memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi kedai kopi yang tersedia di wilayah sekitar.



Gambar 10. Halaman login & daftar

Pada gambar 10 diatas akan muncul ketika pengguna telah memberikan izin akses lokasi, lalu akan diarahkan untuk memilih akses aplikasi dengan halaman login atau halaman daftar akun. Apabila pengguna telah memiliki akun, maka pengguna dapat dengan mudah memilih login. Sedangkan pengguna yang belum memiliki akun, dapat memilih daftar akun dan mengisi biodata sesuai dengan yang system butuhkan.



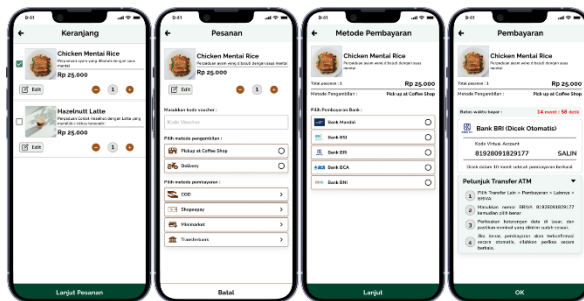
Gambar 11. Halaman beranda

Pada gambar 11 akan muncul ketika pengguna telah berhasil masuk dengan akun yang telah terdaftar. Gambar 11 terdiri dari halaman beranda, halaman side bar, dan halaman notifikasi. Pada halaman beranda terdapat navigasi bar, search bar, coin yang terkumpul, promo, serta lokasi yang telah terdeteksi. Halaman side bar terdapat edit profil, favorit, my rewards, chat dengan admin kedai kopi/driver, nilai produk, serta pengaturan. Pada ketiga halaman tersebut memfokuskan isi konten sehingga mempermudah pengguna ketika menggunakan aplikasi.



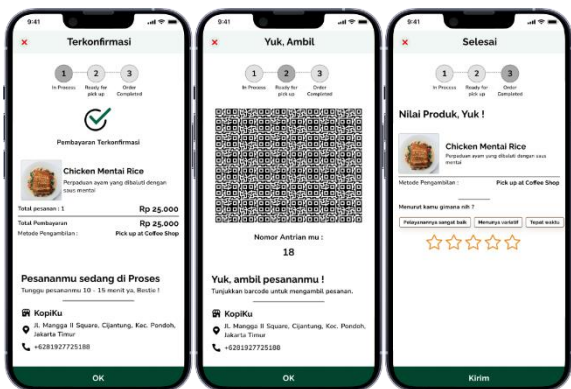
Gambar 12. Halaman kedai kopi & menu

Pada gambar 12 menampilkan ketika pengguna memilih fitur outlet dari navigasi bar. Setelah fitur outlet tersebut di klik akan muncul kedai kopi yang tersedia di wilayah yang pengguna dapat atur dibagian dropdown. Apabila pengguna telah menemukan kedai kopi yang cocok maka akan muncul menu yang tersedia dari kedai kopi yang dipilih, lalu pengguna dapat memfilter untuk memilih jenis minuman, makanan, atau snack.



Gambar 13. Halaman keranjang pembayaran

Pada gambar 13 akan muncul ketika pengguna telah memasukkan menu ke dalam keranjang. Lalu pengguna telah yakin dengan menu yang akan dibelinya serta dilanjutkan dengan proses pembayaran dengan memilih metode pengambilan produk dan memilih metode untuk pembayaran.



Gambar 14. Halaman proses pesanan pick-up

Pada gambar 14 merupakan halaman ketika proses pembayaran telah terkonfirmasi dan secara otomatis halaman akan beralih ke proses pemesanan. Gambar 14 merupakan tampilan dengan proses metode pengambilan pick-up. Sehingga pengguna dapat mengetahui estimasi waktu pengambilan serta nomor antrean yang dimiliki.



Gambar 15. Halaman proses pesanan delivery

Pada gambar 15 merupakan halaman ketika proses pembayaran telah terkonfirmasi dan secara otomatis halaman akan beralih ke proses pemesanan. Gambar 15 merupakan tampilan dengan proses metode pengambilan delivery. Sehingga pengguna dapat menunggu pesanan sesuai dengan estimasi waktu yang tertera dalam sistem.

E. Test

Setelah melakukan tahapan prototype dengan rancangan high-fidelity yang mengimplementasikan ide solusi dari kebutuhan pengguna, masuk ke tahap pengujian dari prototype tersebut. Dilakukannya pengujian pada prototype untuk melihat umpan balik pengguna terhadap rancangan prorotype yang telah dibuat apakah telah memenuhi kebutuhan pengguna atau masih terdapat kekurangan yang sekiranya dapat diperbaiki menjadi lebih tepat.

Pengujian yang dilakukan dari prototype aplikasi Kedai Kopi dilakukan oleh 3 pengguna dengan teknik guerilla usability test yang mengarahkan pengguna dengan menjelaskan scenario untuk dilakukan pengguna terhadap prototype. Berikut merupakan hasil data yang didapatkan dari pengujian guerilla usability test, yaitu:

	Login & Register	Order Menu (1 Makanan)	Memilih Metode Pengambilan & Pembayaran Produk Tahap 1	Cek Status Pemesanan	Memberikan Penilaian Produk	Notification	Order Menu (1 Makanan & 1 Minuman)
	Task 1	Task 2	Task 3	Task 4	Task 5	Task 6	Task 7
Wildani F	3	3	3	3	2	3	2
Alika N. F	3	3	3	3	3	3	2
Hannah F. R	3	3	3	3	2	3	3
TOTAL SUM	9	9	9	9	7	9	7

3= User can perform task quickly and with no trouble	9
2= User can perform task, but has some struggles	8
1= User can't perform task	7
Frequency of Responses	6
	5
	4
	3

Gambar 16. Data hasil pengujian guerilla usability test

Berdasarkan data hasil pengujian yang dilakukan oleh 3 pengguna dengan teknik guerilla usability test terlihat jelas dari gambar 16 bahwa nilai terkecil yang diraih yaitu 2 pada scenario task ke-5 dan ke-7. Sedangkan nilai terbesar yang diraih yaitu 3 hampir didapatkan diseluruh scenario pada task yang dicapai. Sehingga total nilai yang diraih terkecilnya mendapatkan nilai 7 dari terendahnya 3 pada task ke-5 dan ke-7, serta nilai tertinggiya mendapatkan nilai 9 dari tertinggiya 9 pada task selain task ke-5 dan task ke-7. Berikut merupakan beberapa umpan balik yang disampaikan pengguna terkait dengan pengujian prototype ialah sebagai berikut:

“Secara keseluruhan sudah cukup bagus, jarak dari elemen satu ke elemen lain juga sudah pas, dan alur dari tiap tahapannya juga sudah cukup mudah. Mungkin pada fitur coin bisa diperjelas lagi karena sedikit membingungkan dan bisa diperjelas dengan diberi keterangan.”

“Tampilan sudah menarik dan writingnya sudah mudah dipahami. Namun ketika disuruh cari notifikasi tadi agak keliru dengan informasi keterangan setelah pesan. Secara keseluruhan alurnya sudah jelas hanya di beberapa task aja tadi agak keliru. Dan kalo bisa bagian halaman beranda yang ada space kosongnya itu bisa dimasukkin toko-toko rekomendasi sehingga mempermudah user untuk mencari tanpa harus klik fitur toko. Serta yang menariknya itu ada pilihan untuk pengambilan produk.”

“Untuk tampilan dan writingnya sudah cukup menarik dan mudah dimengerti. Pas bagian pick up itu setelah order dan klik ok langsung keluar ke halaman beranda, dan pas bagian rating interaction bintangnya ga bisa di klik ya entah saya yang salah atau gimana tapi pas di klik nggak bisa.”

Secara keseluruhan berdasarkan usability test 3 pengguna dalam desain aplikasi Coffee Shop dijelaskan bahwa, pengguna dapat secara fleksibel tanpa membutuhkan waktu lama untuk mengantri dalam mendapatkan produk yang diinginkan dengan informasi dan alur yang tepat. Namun, pengguna masih terkendala pada task “Memberikan Nilai Produk” dan task “Memesan 2 menu (1 makanan & 1 minuman)” dengan masing-masing mendapatkan skor adalah 7 dari 9. Kendala yang dirasakan pengguna secara garis besar ialah merasa bahwa pada fitur

rating (penilaian produk) fungsionalitas *prototyoenya* belum maksimal, serta skenario dari order 2 menu yang berbeda masih sedikit membingungkan hanya saja untuk alur yang sebenarnya sudah cukup mudah.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan perancangan, analisis, dan pengujian yang dilakukan pada *mobile app* Kedai Kopi terhadap calon pelanggan selaku pengguna dengan metode *Guerrilla Usability Test* menghasilkan, bahwa dilihat dari hasil kuesioner yang dibagikan melalui google form kepada 23 responden. Data yang didapatkan menjelaskan bahwa sebanyak 97,5% pengguna menginginkan adanya platform aplikasi khusus untuk menyediakan kedai kopi di wilayah sekitar dengan rata-rata alasan untuk mempermudah mencari kedai kopi tanpa tercampur dengan resto umum. Pada hasil pengujian aplikasi Kedai Kopi dengan metode *Guerilla Usability Test* mendapatkan hasil yang secara keseluruhan sangat baik, dengan nilai tertinggi yang berhasil didapatkan yaitu 9 atau setara dengan ambang nilai maksimal, dan yang terendah mendapatkan nilai 7 dari nilai terendahnya yaitu 3.

Berdasarkan uji coba yang telah dilakukan dengan metode *Guerrilla Usability Test* tersebut menjelaskan bahwa Perancangan *mobile app* Kedai Kopi dapat direkomendasikan untuk pengguna yang gemar menikmati menu dari kedai kopi. Sehingga dari seluruh rangkaian tahapan yang telah dilakukan dan melihat hasil yang cukup memuaskan, maka diharapkan *mobile app* Kedai Kopi dapat terealisasi agar menjadi wadah bagi *start-up* khususnya kedai kopi serta sebagai media pemasaran produk yang dilakukan secara digital dan permanen.

Adapun usulan penelitian ini yang akan dikembangkan pada penelitian selanjutnya ialah pada proses penjelasan skenario dari tahap testing kepada pengguna yang akan menguji prototype perlu ditingkatkan, yaitu dengan memberikan instruksi atau skenario yang lebih mengarahkan pengguna sesuai dengan task tanpa menyulitkan atau membingungkan pengguna ketika hendak melakukan. Diharapkan dapat meningkat pada penelitian selanjutnya dengan memerhatikan fungsionalitas prototype yang telah dibuat khususnya pada bagian penilaian produk dan order menu yang berbeda karena memiliki nilai terendah pada hasil akhir evaluasi menggunakan metode *Guerilla Usability Test*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Bahardiansyah, R. Yulianto, and N. Novitasari, "ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PADA COFFEE SHOP SONGOT BERBASIS CLIENT SERVER."
- [2] B. Krisna, "UPAYA KOMUNIKASI PEMASARAN START-UP PADA PT.MOKA INDONESIA," *Jurnal Penelitian Komunikasi*, vol. 2, no. 1, pp. 249–256, 2020.
- [3] A. Adib, A. Wijayanti, P. Studi Desain Komunikasi Visual, and F. Seni dan Desain, "Perancangan Media Promosi Dari Bisnis Startup Coffein.ID."
- [4] Z. R. Saputri *et al.*, "RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PEMESANAN MAKANAN BERBASIS WEB PADA CAFE SURABIKU."
- [5] "Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez)
- [6] Sartika Azhari #1, Irfan Ardiansah #2", doi: 10.26418/justin.v10i1.45284.
- [7] A. A. Mucjal, G. P. Mahardhika, and B. Suranto, "Perancangan Ivent: Aplikasi berbasis Android dengan pendekatan Design Thinking."
- [8] N. Hidayat, P. Wijayakusuma, Y. Sainatika, and I. Susanto, "Perancangan Website E-commerce Produk Kopi Menggunakan Metode Prototyping (Studi Kasus: Kedai Kopi Kontekstual)," *Journal of Information Systems and Informatics*, vol. 3, no. 3, 2021, [Online]. Available: <http://journal-isi.org/index.php/isiPublishedByDRPM-UBD>
- [9] F. Fariyanto and F. Ulum, "PERANCANGAN APLIKASI PEMILIHAN KEPALA DESA DENGAN METODE UX DESIGN THINKING (STUDI KASUS: KAMPUNG KURIPAN)," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, vol. 2, no. 2, pp. 52–60, 2021, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>
- [10] I. Halidah, "PERANCANGAN APLIKASI PEMBELAJARAN BERBASIS MULTIMEDIA UNTUK ANAK USIA DINI." [Online]. Available: <http://www.sagedata.com>
- [11] N. Maulida, H. Anra, H. Sasty Pratiwi, J. H. Hadari Nawawi, and K. Barat, "Aplikasi Pembelajaran Interaktif Pengenalan Hewan pada Anak Usia Dini," vol. 6, no. 1, 2018.
- [12] E. Susanti, E. Fatkhayah, and E. Efendi, "PENGEMBANGAN UI/UX PADA APLIKASI M-VOTING MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING".
- [13] M. Silalahi and S. P. Saragih, "Perancangan Website Penyedia Informasi Promosi dan Diskon," *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi (Justin)*, vol. 9, no. 2, p. 257, Apr. 2021, doi: 10.26418/justin.v9i2.43463.
- [14] A. C. Frobenius, "Perencanaan dan Evaluasi User Interface untuk Aplikasi Tunanetra Berbasis Mobile Menggunakan Metode User Center Design dan QUIM Evaluation," *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi (Justin)*, vol. 9, no. 2, p. 135, Apr. 2021, doi: 10.26418/justin.v9i2.43040.
- [15] A. Sasongko, A. Mustopa, and D. Risdiansyah, "Perancangan Prototype Aplikasi Mobile Ikatan Alumni (Studi Kasus Universitas Bina Sarana Informatika)," *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi (Justin)*, vol. 9, no. 3, p. 307, Aug. 2021, doi: 10.26418/justin.v9i3.47096.
- [16] P. A. Alfikri Beni Suranto and I. v Papatungan, "Pembuatan Aplikasi Ayosparring dengan Pendekatan Design Thinking."
- [17] K. Yudhistiro, A. Nur, and M. Putri, "PERANCANGAN APLIKASI MARKET INTERFACE INDUSTRI TENUN DIKABUPATEN SUMBA BARAT BERBASIS ANDROID," 2020.