

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha kuliner di Indonesia menurut data Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf) pada tahun 2016 terdapat 8.203.826 jenis bisnis kreatif yang berada di Indonesia. Terdiri dari subsektor aplikasi dan *game developer*, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, *fashion*, film, animasi, dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, dan televisi dan radio.

Bisnis tersebut didominasi oleh bidang kuliner yang memiliki angka 5.550.960 bisnis kuliner di seluruh Indonesia. Menurut Agmasari dalam berita KOMPAS.com “Industri Kuliner, Penopang Tertinggi Perekonomian Kreatif di Indonesia”, subsektor kuliner berkontribusi 41,4 persen dari total kontribusi perekonomian kreatif yaitu sebanyak Rp 922 triliun pada tahun 2016. Jumlah tersebut merupakan yang paling tinggi dibandingkan subsektor lain. Deputi Riset, Edukasi, dan Pengembangan Bekraf RI, AR Boy Berawi juga mengatakan bahwa kuliner merupakan salah satu penopang industri kreatif. 68 persen dari 8,2 juta unit industri kreatif bergerak dalam bidang kuliner.

Bisnis kuliner paling banyak di daerah Jawa Barat yang terdapat 1.086.602 bisnis kuliner, kemudian diikuti daerah Pulau Sumatera, Jawa Timur, Jawa Tengah, Pulau Sulawesi, Maluku, dan Papua, DKI Jakarta, Pulau Kalimantan, Banten, Pulau Bali dan Nusa Tenggara, dan yang terakhir DI Yogyakarta.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat tahun 2016, Bandung memiliki jumlah restoran atau rumah makan terbanyak. Kabupaten Bandung memiliki jumlah restoran atau rumah makan sebanyak 467 restoran, sedangkan di Kota Bandung sebanyak 291 restoran. Kemudian diikuti oleh Kabupaten Cianjur, Kabupaten dan Kota Bogor, Kabupaten Subang, Kabupaten Ciamis, Kota Bekasi.

Salah satu bisnis di bidang kuliner tersebut adalah kafe kopi. Kafe dapat mudah ditemukan di mana-mana di daerah Jawa Barat terutama di tempat wisata seperti Bandung. Bandung merupakan salah satu kota yang dekat dengan penghasil kopi. Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, Bandung memiliki luas areal dan produksi tanaman kopi terbanyak dibanding kabupaten atau kota lain. Luas areal tanaman kopi di Bandung seluas 10.724 hektar. Produksi tanaman kopi di Bandung sebanyak 7.201 ton dalam sekali panen.

Dalam berita bisnis.com “Startup Kopi Menjamur, Persaingan Bisnis Kafe di Indonesia Memanas” Eddy Sutanto, ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo), mengatakan bahwa bisnis kafe sedang diminati oleh masyarakat. Menurutnya hal ini merupakan pertumbuhan atau membesarnya pasar minuman kopi di Indonesia.

Untuk membantu pertumbuhan pasar minuman kopi khususnya di Bandung, kafe-kafe tersebut perlu dipasarkan pada orang-orang. Pemasaran tersebut dapat dilakukan oleh beberapa media. Salah satu media tersebut adalah aplikasi. Aplikasi yang penulis akan buat merupakan aplikasi yang memberikan gambaran, lokasi,

fasilitas, dan kisaran harga dari berbagai kafe yang ada di Bandung. Dalam perancangan aplikasi ini, penulis berfokus pada perancangan *UI/UX* aplikasi “Ngopi Heula”.

Dengan menggunakan aplikasi sebagai media pemasaran, penulis mengharapkan kafe yang berada di Bandung dapat lebih dikenal orang-orang Bandung dan turis yang datang ke Bandung. Penulis mengutamakan target pengguna berusia 20-24 tahun. *UI/UX* yang dirancang pada aplikasi “Ngopi Heula” diharapkan dapat membantu pengguna untuk lebih mudah memahami dan menggunakan aplikasi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diperoleh rumusan masalah dari tugas akhir ini sebagai berikut:

Bagaimana merancang *UI/UX* aplikasi mobile wisata kuliner kopi Bandung "Ngopi Heula" untuk target pengguna usia 20-24 tahun?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulis membuat batasan masalah pada tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Media yang digunakan adalah aplikasi mobile berbasis Android.
2. Aplikasi ditujukan terhadap pengguna sebagai berikut:
 - a. Secara Geografis berada di daerah Kota Bandung.

- b. Secara Demografis pengguna merupakan orang berusia 20-24 tahun.
 - c. Secara Psikografis ditujukan kepada orang yang kesehariannya tertarik untuk mengonsumsi minuman kopi dan orang yang tertarik untuk pergi ke kafe.
3. Fokus utama berada pada perancangan informasi pada *User Interface* dan *User Experience* di aplikasi Android.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk menghasilkan user interface yang sesuai dengan user experience target pengguna usia 20-24 tahun di aplikasi mobile wisata kuliner kopi Bandung "Ngopi Heula".

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Tugas akhir ini memiliki beberapa manfaat untuk beberapa pihak yaitu bagi penulis, bagi pembaca dan bagi lembaga pendidikan.

1. Bagi penulis, manfaat yang diambil dari tugas akhir ini adalah penambahan wawasan dalam merancang *UI/UX* pada aplikasi berbasis Android.
2. Bagi masyarakat, tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dalam bentuk memberi informasi mengenai pemasaran kafe melalui aplikasi.
3. Bagi universitas, tugas akhir ini dapat memberikan manfaat untuk menambah laporan tugas akhir mengenai perancangan *UI/UX* sebuah aplikasi yang dapat digunakan oleh mahasiswa lain sebagai referensi.