

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam buku *Industry 4.0: The Industrial Internet of Things*, *Industry 4.0* adalah istilah yang mengacu kepada revolusi industri ke-4. Dimana industri sudah bisa mengorganisasikan semua rangkaian proses pembuatan produk, dan juga lebih terfokus kepada kebutuhan individu *customer*. Menurut Gilchrist (2016), landasan dari *Industry 4.0* adalah informasi yang didapatkan secara *real time*, dan saling terkoneksi ke semua bagian atau divisi dari industri tersebut (hlm.197).

Menurut Gilchrist (2016), dalam menerapkan *Industry 4.0*, penting untuk menerapkan *customer experience* yang baik, dimana *customer* merasakan produk yang dibeli selaras dengan apa yang ditawarkan oleh sebuah *brand* (hlm.203).

Dalam sebuah jurnal ilmiah yang berjudul *The Effects of Adopting and Using a Brand's Mobile Application on Customer's Subsequent Purchase Behaviour*, *mobile application* sebuah brand dapat menjadi sebuah *marketing tool* yang persuasif karena sifatnya yang praktis, mudah dipakai, dan mampu mendekatkan *customer* dengan brand tersebut dalam kesehariannya (Kim & Matthouse, 2015).

Hermawan Kartajaya (2017) dalam bukunya yang berjudul *Marketing 4.0* mengatakan bahwa di era yang penuh dengan digitalisasi ini, *customer* akan lebih selektif terhadap memilih dan membeli produk atau jasa dari sebuah *brand*. Hal ini dilandasi dengan *marketing 4.0* yang membuat manusia dimanjakan dengan teknologi, muncullah konsep “*human centricity*”, dimana seseorang yang bergerak

di bagian marketing tidak hanya fokus pada bagian kebutuhan dasar *customer*, namun juga harus fokus pada hati, pikiran dan jiwa dari sebuah *customer*. *Customer* akan menyerap informasi lebih cepat dari *handphone* mereka, seperti melihat ulasan barang pada *e-commerce*, atau membandingkan akun *instagram* satu dengan lainnya. Oleh karena itu, *brand* memerlukan daya tarik yang tinggi, berbeda dari lainnya, untuk menarik *customer* di era sekarang yang begitu banyak saingan.

Nengcook adalah sebuah *brand* yang bergerak dalam bidang FnB yang pusat kantornya berlokasi di Kelapa Gading, Jakarta Utara. Saat ini, Nengcook juga mempunyai 2 cabang lainnya di daerah BSD dan Jakarta Selatan. Jenis makanan yang disajikan Nengcook adalah makanan khas Nusantara yang mempunyai target pembeli berekonomi menengah hingga menengah keatas (Anthony, 2020).

Sebagai pelaku industri makanan yang baru berjalan di pertengahan tahun 2020, Nengcook sudah membangun *reach* yang cukup pesat dalam waktu singkat dan memiliki kurang lebih 2000 *followers* di Instagram dalam kurun waktu satu minggu (Jackson, 2020). Untuk saat ini, Nengcook hanya menerima pesanan *take away* secara *online*. Pemesanan Nengcook dilakukan dengan meng-klik tautan yang berada di sosial media Nengcook, lalu diarahkan ke *whatsapp* untuk memesan makanan atau mengontak *customer service*, dan melihat menu paket atau menu porsi dari Nengcook. Menurut kuesioner *random sampling* yang dibagikan kepada 100 responden di Jakarta dan Tangerang, sebanyak 84.8% dari responden mengatakan bahwa alur pemesanan makanan tersebut sangat tidak

praktis, dikarenakan harus mengganti *tab* di antara pemesanan, melihat menu, atau ke *customer service*. Selain itu, tidak ada pengkategorian menu, dan *google forms* untuk mengisi format order sangat panjang.

Dalam wawancara yang dilakukan dengan pak Jackson selaku *manager on-site*, beliau mengatakan bahwa Nengcook ikut terjun dalam *Industry 4.0*, dimana *brand* mementingkan *customer experience*. Hal tersebut diperkuat dengan data kuesioner yang telah dibagikan kepada *customer* Nengcook, dimana 93% dari responden mengatakan bahwa mereka tertarik dengan menggunakan aplikasi memesan makanan secara *online* karena ada promo menarik, dan juga sebanyak 70% dari responden mengatakan bahwa faktor lainnya adalah kemudahan dalam memesan.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, solusi yang ditawarkan adalah perancangan UI/UX aplikasi restoran Nengcook untuk memudahkan pemesanan *customer* dan sebagai sarana strategi *marketing* dalam menerapkan *Industry 4.0*.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perancangan UI/UX aplikasi Nengcook yang dapat membantu *customer* Nengcook dalam memesan dan menerapkan *Industry 4.0*?

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian mempunyai ruang lingkup yang fokus dan sesuai dengan target. Penelitian ini bertujuan kepada *customer* Nengcook. Hal-hal yang meliputi batas perancangan aplikasi adalah desain aset

visual, *User Interface* dan *User Experience*. *Programming* tidak termasuk dalam tugas akhir ini. Perancangan dibatasi untuk *operating system Android* saja, dan pada resolusi layar 720 x 1440 *pixels*.

Berdasarkan informasi diatas, perlu adanya pembatasan masalah demografis agar data dapat lebih akurat untuk diteliti:

1. Demografis

- a. Usia : 15 - 45 tahun
- b. Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan
- c. Pendidikan: Minimal Sekolah Atas
- d. Ekonomi: SES B+ ~ A

2. Psikografis

- a. Mempunyai budaya dan keseharian di perkotaan
- b. Ingin makan makanan nusantara yang mempunyai identitas brand yang kuat
- c. Mempunyai kecenderungan untuk memesan makanan untuk dikirim ke rumah ketimbang makan di luar rumah.

3. Geografis

- a. Jakarta - Tangerang

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah merancang UI/UX untuk mobile application Nengcook dalam mengimplementasi *Industry 4.0* sebagai *marketing tool*, serta membantu pengalaman customer dalam memesan.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dibagi menjadi tiga bagian: manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas

Manfaat bagi penulis adalah agar penulis memenuhi syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana (S.ds), dan juga sebagai sarana pengasahan kemampuan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

Manfaat bagi orang lain adalah sebagai referensi literatur bagi orang yang mendalami bidang yang serupa, serta sebagai sarana penambahan wawasan baru.

Manfaat bagi universitas adalah sebagai referensi studi literatur bagi mahasiswa yang mengambil penelitian yang di bidang serupa.