

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kopi menjamur, menurut KPPU (2020) perkembangan usaha kopi meningkat pesat karena peningkatan jumlah dari konsumsi kopi. Tingkat konsumsi kopi meningkat pada tahun 2010 sampai 2014 dengan bersifat *stagnant* namun masih memiliki potensi untuk berkembang. Pada tahun 2010 memiliki jumlah sebesar 0,80 Kg/Tahun. Pada tahun 2019, usaha kopi mengalami peningkatan menjadi sebesar 1,13 Kg/Tahun KPPU (2020). KPPU (2020) menyatakan bahwa hal itu berdampak positif bagi usaha kopi di Indonesia. Jumlah perkembangan dari kedai kopi ini juga menambah variasi pada rasa, konsep penjualan, konsep infrastruktur, perkembangan dan penambahan rasa kopi pada menu yang ditawarkan, sehingga hal tersebut menjadi sebuah kompetisi dalam menarik pelanggan untuk datang ke kedai kopi. Pelanggan memiliki tantangan dalam menemukan kebutuhan yang sesuai dan melakukan aktivitas individu hingga perkumpulan sering sekali terjadi pada sebuah kedai kopi. Sebagai contohnya seperti kedai kopi Starbucks yang terkenal di kalangan pekerja urban dengan kisaran harga mulai dari Rp.30.000 sampai Rp. 50.000 keatas.

Nicole (20 tahun) yang merupakan seorang Mahasiswa Desain Komunikasi Visual, sebagai *freelance Illustrator*, dalam wawancara pendahuluan pada 30 Januari 2024, Nicole mengatakan bahwa dia sering sekali bimbang dalam melakukan penentuan lokasi tempat untuk minum kopi. Wewengkang (24 Tahun) merupakan seorang *freelance videographer* menyatakan bahwa dia memiliki kendala dalam melakukan pemilihan tempat yang tenang dengan fasilitas kedai kopi sesuai kebutuhan, Wewengkang pernah mengalami kondisi seperti memesan makanan/minuman namun tidak memiliki fasilitas sesuai kebutuhan, aspek fasilitas yang dibutuhkan seperti wifi, ruangan bebas asap rokok, hingga terminal kontak listrik. Ketersediaan pada kedai kopi, memiliki tantangan dalam memberikan

informasi yang cukup serta memberikan pelayanan yang akan disajikan, hal tersebut menjadikan banyak kedai kopi saling bersaing dalam bisnis yang dibuka untuk meraup keuntungan dan memenuhi kebutuhan para pencinta kopi sehari-hari.

Penggunaan dan pemilik kedai kopi kerap menggunakan Google Maps, Waze, atau Traveloka sebagai media penentuan lokasi, terutama ketika menentukan sebuah tempat dan menikmati kopi olahan, namun cara tersebut belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pencari kopi. Kedai kopi membutuhkan sarana yang efektif dalam melakukan penyebaran informasi terkait kedai kopi yang dibutuhkan oleh para pendatang. Nicole menyatakan, Google Maps dapat membantu dalam menemukan lokasi dan informasi, namun beberapa informasi seperti menu dan harga pada tempat yang akan dituju tersebut kurang akurat. Wewengkang menyatakan kesulitan menentukan lokasi tempat yang memiliki ruangan bebas asap rokok, pendingin ruangan, koneksi internet, dan terminal listrik. Informasi lokasi yang tertera pada Google Maps banyak yang tidak memberikan informasi secara rinci tentang fasilitas kedai kopi yang dibutuhkan.

Selama ini belum ada fitur dari aplikasi yang dapat mencakup keseluruhan *platform*, hal tersebut belum sepenuhnya membantu penggemar kopi dan pemilik kedai kopi untuk menyediakan dan menemukan informasi tentang kedai yang sesuai dengan kebutuhan. Aplikasi semacam ini akan sangat bermanfaat agar pecinta kopi dapat memilih kedai dengan cepat dan tepat sesuai dengan harga, jenis kopi, fasilitas, tempat, dan lain-lain serta menjadi solusi untuk kedai kopi dalam melakukan penyampaian informasi secara rinci. Hal ini yang melatarbelakangi Perancangan aplikasi pencari kedai kopi sehingga konsumen dapat dengan efisien dan efektif dalam menemukan kedai kopi yang sesuai dengan kebutuhannya.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah ini berisi beragam pertanyaan utama yang akan dibahas dalam Penulis sesuai dengan fenomena yang terjadi dan keterkaitan dengan judul tugas akhir yang ditulis oleh Penulis. Penulis berusaha untuk menguraikan beberapa pertanyaan yang akan dijawab. Beberapa pertanyaannya sebagai berikut:

1. Kedai kopi banyak bermunculan dengan mengusung bervariasi konsep.
2. Konsumen yang memiliki kebutuhan berbeda-beda mengalami kesulitan untuk mencari kedai kopi.
3. Belum ada aplikasi yang dapat mencakup informasi yang rinci.

Berdasarkan ketiga rumusan masalah ini dapat diambil pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimanakah perancangan aplikasi pencari kedai kopi untuk target umur 18-25 tahun?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dirancang berdasarkan rumusan masalah, maka batasan masalah yang dibuat sebagai berikut:

1.3.1 Target Sasaran

A. Demografis

1. Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
2. Usia : 18-25 tahun
3. Golongan: Semua ras, suku, dan agama
4. Pekerjaan: Karyawan, dan Pekerjaan lainnya
5. Pendidikan: Pelajar dan Mahasiswa/i
6. Status Ekonomi: SES B dan AB

B. Geografis

1. Wilayah: Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi).

C. Psikografis

1. Memiliki daya tarik terhadap sebuah minuman kopi olahan ataupun minuman non kopi.
2. Aktivitas *hybrid* yang kerap dilakukan para pekerja lepas yang berupa desainer, fotografer, dan sebagainya yang melakukan aktivitas secara *hybrid* dan aktivitas bangku perkuliahan dalam melakukan tugas secara *hybrid*.

3. Berkumpul untuk melakukan sosialisasi yang dijadikan sebagai rutinitas, seperti melakukan percakapan atau bermain permainan *online* hingga permainan papan.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir ini adalah, untuk membuat perancangan media interaktif pencari kedai kopi bagi target usia 18-25 tahun.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari Perancangan tersebut dibagi menjadi tiga bagian: manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dengan melakukan perancangan tersebut, Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagai syarat utama kelulusan pada Universitas dan dapat mempelajari tentang kepekaan terhadap suatu yang dibutuhkan oleh masyarakat banyak.

2. Bagi Orang Lain

Dengan adanya Perancangan media interaktif ini, pemilik kedai kopi dapat terbantu dengan menyediakan layanan untuk mengenalkan produk yang mereka buat dan memberikan informasi yang cukup kepada para pelanggan. Pelanggan dapat terbantu dengan adanya aplikasi ini yang bersifat menyediakan informasi yang akurat serta cukup untuk menentukan tujuan pelanggan dalam menentukan tempat berkumpul atau melakukan beragam aktivitas yang diperlukan oleh pelanggan. Tidak hanya untuk pelanggan, akan tetapi juga bermanfaat untuk beberapa usaha kopi yang tersebar, untuk dilakukan pengembangan dan peningkatan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

1. Bagi Universitas

Dengan adanya tugas akhir ini, Mahasiswa dapat mempelajari serta menjadikannya sebagai referensi yang akan digunakan Mahasiswa untuk kegiatan tugas akhir kedepannya dan dapat dikembangkan lagi sesuai dengan kebutuhan yang ada.