

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi memicu bisnis *online* dan mengubah pemasaran menjadi digital (Simatupang dkk., 2023). Pandemi COVID-19 sejak 2020 mengubah aspek kehidupan di Indonesia, termasuk ekonomi dan pendidikan (Yussofa, 2021), dengan 6.727.847 kasus COVID-19 terkonfirmasi per 22 Januari 2023 (kawalcovid19.id, 2023). Kebijakan pandemi memengaruhi akses makanan dan aktivitas sehari-hari (Mardiyah dkk., 2022).

Wawancara terhadap Ibu Mujiati dan Bapak Supaat mengalami penurunan usaha selama pandemi COVID-19. Meski telah terdaftar di layanan pengantaran makanan seperti *GrabFood* dan *GoFood*, mereka masih menghadapi tantangan seperti harga dan ongkir yang tinggi serta kesulitan dalam penggunaan platform digital, yang menyebabkan penjualan rendah dan kesalahan dalam pesanan. Survei terhadap 63 mahasiswa dan masyarakat berusia 19-20 tahun menunjukkan 40 orang sering menggunakan *GoFood* dan *GrabFood*, menanggapi kenaikan tarif makanan resto dalam aplikasi *online* lebih mahal dengan kondisi ekonomi yang kurang stabil dampak dari pandemi. Layanan pesan-antar makanan menjadi populer, meski ada keluhan harga pengiriman lebih tinggi (Az-zahra, Tantya dan Apsari, 2021). Potensi layanan ini besar, dengan transaksi Rp67,89 triliun pada 2023 (Annur, 2023). Mayoritas orang lebih suka memesan makanan melalui *online* dengan alasan mudah (Cahya dkk., 2021). *WhatsApp Business* membantu restoran menghindari biaya tambahan aplikasi pihak ketiga, meningkatkan pendapatan, meningkatkan kepuasan pelanggan (Ndauman, Nugraha dan Putra, 2021).

Kesalahan umum dalam desain aplikasi adalah ketidaksesuaian dengan kebutuhan pengguna, yang mempengaruhi pengalaman mereka (Sufah *et al.*, 2025). *Design thinking* adalah metode untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna dan mengembangkan solusi yang sesuai. Aplikasi yang dirancang dengan baik memudahkan pemesanan dan pengelolaan pesanan, memenuhi kebutuhan pelanggan dan toko (Aziz dkk., 2023). Oleh karena itu, peneliti menggunakan *design thinking*, dengan memperhatikan kebutuhan dan empati pengguna sebagai

pusat desain. Pendekatan ini memastikan solusi yang sesuai, memungkinkan eksplorasi inovatif, dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan. *Design thinking* menangani masalah kompleks, menghasilkan aplikasi yang ramah pengguna dan sesuai pasar, meningkatkan pengalaman pengguna dan kemampuan dalam manajemen pesanan di industri kuliner.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana merancang aplikasi khusus untuk kasir dan dapur yang optimal dan praktis?
- b. Bagaimana cara mengidentifikasi kebutuhan pengguna menggunakan metode *design thinking* dalam pengembangan aplikasi pemesanan makanan?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah penulis melakukan penelitian hanya berbasis *mobile*, Aplikasi hanya bisa diakses oleh kasir dan pihak dapur, Penelitian sampai pada tahap pengerjaan design dengan menggunakan metode *design thinking*.

## 1.4 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Merancang aplikasi khusus untuk kurir, kasir dan dapur yang optimal dan praktis.
- b. Mengidentifikasi kebutuhan pengguna menggunakan metode *Design Thinking* dalam pengembangan aplikasi pemesanan makanan.

## 1.5 Manfaat

Penelitian ini menawarkan manfaat berupa pengalaman pengguna yang memuaskan, aplikasi yang mudah digunakan, solusi pengurangan biaya layanan pesan-antar, peningkatan pengalaman melalui pengujian desain, dan peningkatan operasional restoran dengan aplikasi yang responsif dan mudah digunakan