

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Seiring dengan adanya perkembangan teknologi, penggunaan aplikasi untuk pemesanan makanan semakin marak digunakan untuk mempermudah kehidupan masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan yang semuanya harus dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Melihat keadaan ini, banyak industri yang mulai menggunakan internet dan aplikasi *mobile* untuk menyajikan informasi dan memberikan kemudahan bagi masyarakat perkotaan (Payara & Tanone, 2018). Seperti munculnya berbagai aplikasi *e-commerce* untuk membeli berbagai barang hingga *Super App* untuk memesan makanan dan transportasi secara *online*. Namun, melalui adanya berbagai kemudahan ini menyebabkan terjadinya berbagai masalah gizi akibat tidak didukungnya makanan dan gaya hidup yang sehat (Fadila, 2016). Grains of Glory merupakan sebuah *brand* lokal untuk makanan sehat yang berdiri sekitar bulan Mei 2020 dan berada di bawah naungan Ateria Group. Sebelumnya, Ateria Group juga telah menaungi beberapa *brand* lainnya yang sudah jauh lebih sukses seperti SaladStop!, % Arabica, Meatsmith, dan REVIVE. Brand Grains of Glory ini juga merupakan satu-satunya *brand* di bawah naungan Ateria Group dengan *principal office* yang terletak di Indonesia, tidak seperti *brand* lainnya yang terletak di negara lainnya. Meskipun Ateria Group ini memiliki *brand* lain yang juga menjual makanan sehat seperti SaladStop!, Grains of Glory memiliki konsep yang sangat berbeda dan tidak berfokus pada penjualan dan promosi produk secara *hard selling*. Grains of Glory memilih untuk dapat mengajak masyarakat Indonesia

khususnya yang tinggal di wilayah perkotaan Jakarta untuk dapat memulai gaya hidup sehat.

Menurut Jacob Salomo selaku *marketing director* dari Grains of Glory, *brand* ini didirikan dengan melihat gaya hidup masyarakat perkotaan khususnya di wilayah Jakarta pada saat ini. Saat ini kebanyakan masyarakat perkotaan tidak dapat dipisahkan dengan gaya hidup yang instan dan praktis lantaran kehidupannya yang sudah cukup sibuk dan padat (Zuliatunis, 2019). Selain itu dari sisi urgensi, saat ini, industri telah mulai memanfaatkan berbagai teknologi dan memasuki fase di mana semua dituntut untuk mudah dan serba praktis. Banyak masyarakat perkotaan yang mengandalkan aplikasi pemesanan makanan secara *online*, namun tidak terjamin kebersihan, kualitas, dan gizi dari makanan tersebut. Sering kali masyarakat Jakarta juga merasa tidak bisa untuk dapat memulai gaya hidup dan pola makan yang lebih sehat karena terdapat adanya berbagai faktor. Faktor tersebut pada umumnya muncul pada masyarakat Jakarta yang bekerja dan memiliki aktivitas yang padat (Hartari, 2016). Hal ini juga didasari atas kesulitan masyarakat Jakarta yang sudah memulai gaya hidup sehat, namun tidak memiliki waktu untuk memasak serta sulitnya untuk menemukan tempat yang menjual makanan sehat. Oleh karena itu, Grains of Glory juga membuka gerai mereka di kawasan padat dan sibuk seperti di Sudirman, Menteng, Kemang, dan pusatnya yang terletak di Senopati. Untuk *outlet* yang terletak di Senopati ini terdapat fasilitas *dine-in*, serta terletak di tengah-tengah wilayah perkantoran dan beberapa pusat kebugaran. Dengan rentang harga produk yang ditawarkan cukup mahal yaitu sekitar lima puluh ribu rupiah, maka

*target market* yang dituju merupakan kalangan menengah ke atas di wilayah Jakarta (S. Jacob, *Marketing Director*, Agustus 14, 2022).

Alasan di balik adanya perancangan aplikasi Grains of Glory didasari pada observasi yang telah dilakukan pada beberapa masyarakat perkotaan di wilayah Jakarta, di mana terdapat pengaruh gaya hidup terhadap pembelian produk makanan sehat (Cahyarani, 2018). Oleh karena itu, Grains of Glory memiliki rencana untuk dapat menyebarkan *awareness* dan mengajak masyarakat untuk memulai hidup yang lebih sehat melalui adanya aplikasi ini. Saat ini terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan Grains of Glory untuk mengajak masyarakat di kawasan Jakarta untuk merubah gaya hidupnya, seperti melalui adanya *event* yang mereka selenggarakan. Salah satu *event* yang telah diselenggarakan Grains of Glory adalah *event* lari pagi di kawasan Senopati dengan menyediakan adanya sarapan gratis. Perancangan ini juga didasari oleh adanya aplikasi Ateria Group yang telah dirancang, di mana narasumber menginginkan adanya rencana pembuatan aplikasi untuk tiap *brand* yang berada di bawah naungan Ateria Group. Rencananya dari sisi internal perusahaan, aplikasi Grains of Glory ini akan diluncurkan paling lambat sekitar tahun 2024 (S. Jacob, *Marketing Director*, Agustus 14, 2022).

Oleh karena itu, Grains of Glory berusaha untuk dapat memberikan kemudahan pada masyarakat perkotaan, khususnya yang tinggal di wilayah Jakarta untuk dapat memulai hidup yang lebih sehat melalui satu aplikasi. Aplikasi Grains of Glory direncanakan menjadi aplikasi dengan fitur *nutrition counter* yang menjadi solusi untuk dapat mengatur pola makan menjadi lebih sehat. Grains of Glory memiliki

misi agar dapat mengubah gaya hidup serta memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk hidup dengan lebih sehat. Untuk dapat memberikan kemudahan ini, Grains of Glory melakukan inovasi dengan menggabungkan fitur yang terdapat pada aplikasi *nutrition counter* dengan aplikasi pemesanan makanan secara *online*. Untuk dapat merealisasikan aplikasi tersebut, diperlukan adanya analisis menggunakan pendekatan *design thinking process* yang pertama kali dikemukakan oleh John E. Arnold untuk dapat memenuhi dan menyesuaikan kebutuhan dari *user*. Dalam makalah ini juga dilakukan analisis teori Pamala B. Deacon untuk mempertimbangkan desain UI dan UX. Melalui teori ini, kebutuhan perancangan suatu aplikasi dirancang untuk memenuhi kebutuhan *user* yang merupakan pengguna interaktif.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Setelah menguraikan latar belakang, masalah yang penulis dapat identifikasi adalah sebagai berikut:

1. Terjadinya berbagai masalah gizi yang akibat tidak didukungnya makanan dan gaya hidup sehat.
2. Banyaknya aktivitas padat masyarakat Jakarta yang menyebabkan tidak adanya dorongan untuk memulai gaya hidup yang lebih sehat.
3. Tidak terpenuhi adanya kebutuhan *target market* untuk dapat dengan mudah mengatur hidup dan pola makannya menjadi lebih sehat.
4. Belum terdapat adanya aplikasi sejenis dengan Grains of Glory sehingga memerlukan analisis yang lebih mendalam terkait *user interface* (UI) dan *user experience* (UX).

### 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi di atas, fokus utama dari proyek perancangan ini adalah bagaimana dapat menganalisis kebutuhan *user* serta merancang aplikasi pemesanan makanan dengan fitur *nutrition counter* yang sesuai dengan kaidah UI/UX dalam basis *smartphone* untuk dapat mendukung gaya hidup sehat bagi masyarakat di wilayah Jakarta.

### 1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai melalui adanya perancangan aplikasi Grains of Glory ini adalah untuk dapat merancang aplikasi yang sesuai dengan kaidah UI/UX guna untuk memenuhi kebutuhan *user* dalam menerapkan gaya hidup sehat.

### 1.5. Batasan

Di dalam perancangan aplikasi Grains of Glory ini juga terdapat adanya batasan, dengan melihat jangkauan proyek ini yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan Tugas Akhir Mahasiswa. Oleh karena itu, *output* akhir dari perancangan proyek ini adalah berupa *high-fidelity wireframe* untuk media *smartphone* tidak *responsive* dan hanya menggunakan satu ukuran mengacu pada media iPhone 14.

### 1.6. Manfaat Perancangan

Dengan adanya perancangan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat pada semua pihak, antara lain:

- a. Bagi *user*/pengguna
  1. Dapat mempermudah *user* untuk menerapkan pola makan dan gaya hidup sehat.

2. Memberikan informasi yang bersifat personal pada *user* mengenai jumlah nutrisi yang tubuhnya butuhkan.
  3. Pengguna mendapatkan keuntungan berupa *voucher* ataupun diskon pembelian melalui adanya fitur poin.
- b. Bagi perusahaan
1. Memberikan solusi pada perusahaan untuk mendapatkan data dari *customer*-nya.
  2. Membantu perusahaan untuk dapat merealisasikan misinya dalam mengubah gaya hidup masyarakat Jakarta menjadi lebih sehat.
  3. Adanya peningkatan partisipasi *user* untuk mengikuti *event* yang diselenggarakan Grains of Glory.
  4. Terdapat adanya peningkatan frekuensi pada penjualan produk.
- c. Bagi Peneliti
1. Dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan untuk dapat mengatasi masalah yang terjadi di dunia nyata.
  2. Menambah pengetahuan dan keterampilan dalam menganalisis kebutuhan dan merancang desain UI/UX pada aplikasi pemesanan makanan dengan fitur *nutrition counter*.