

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1. Latar Belakang Penelitian

Fenomena meningkatnya arus globalisasi memberikan pengaruh budaya barat terhadap budaya Indonesia tanpa terkecuali pada pola makan masyarakat. Perilaku konsumsi makanan impor khususnya makanan cepat saji (*fast food*) meningkat tajam khususnya di kalangan generasi muda. Menurut berita ekonomi dan bisnis 2019, disebutkan bahwa pertumbuhan gerai *fast food* di Indonesia mengalami peningkatan dengan persentase mencapai 15% setiap tahunnya (Djayapranata, 2020). Menurut Health Education Authority, kepraktisan dan cepatnya layanan dari gerai *fast food* menjadi alasan generasi muda di usia 15-34 tahun banyak memilih menu *fast food* (Wulansari, 2011). Di Indonesia sendiri, gerai *fast food* yang sering dijumpai adalah McDonald's, KFC, A&W, Hoka Hoka Bento, dan Richeese (Stevany et al., 2021). McDonald's menjadi salah satu restoran *fast food* terbesar di Indonesia dengan 146 gerai yang tersebar di Bali, Jawa, Kalimantan, Nusa Tenggara, Sulawesi, dan Sumatra (Satria Sultan Ikbari et al., 2022). Tingginya perkembangan *fast food* di Indonesia membutuhkan sebuah sistem pemesanan dan pembayaran yang dapat mempercepat sebuah layanan untuk menjaga nilai cepat saji mereka.

Self-service kiosk (SSK) adalah sebuah bentuk *self-service technology* (SST) yang memungkinkan pelanggan berinteraksi dengan perusahaan dan menciptakan sebuah layanan. Kios-kios ini telah terbukti memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan dibandingkan dengan sistem berbasis kasir tradisional dan sudah mulai digunakan di berbagai industri (Leung et al., 2021). Di Indonesia, salah satu perusahaan makanan cepat saji yang telah menerapkan SSK adalah McDonald's, dengan ditemukannya SSK hampir di seluruh gerainya. Penerapan SSK pada industri makanan cepat saji terbukti dapat mengurangi antrian dan memberikan *user experience* (UX) dengan melakukan pemesanan secara mandiri (Abdul Hamid et al., 2021).

Namun, penelitian terkini menemukan bahwa penerapan SSK pada industri makanan cepat saji membuat pelanggan seringkali ragu untuk bertransaksi. Hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan teknologi, yang mengindikasikan adanya potensi permasalahan *usability* yang berkaitan dengan keramahan desain *user interface* (UI) (Hashim et al., 2022). Sama dengan Hashim, penelitian yang dilakukan oleh Girsang juga menemukan adanya kecemasan pengguna dan tingginya kesalahan pengguna SSK. Girsang menjelaskan bahwa hal tersebut ternyata

disebabkan oleh UI yang dirancang buruk dan proses pembelian yang rumit (Girsang et al., 2021). Hal ini membuktikan UI dalam SSK memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan dan UX yang baik (Zulkafly et al., 2021).

Oleh sebab itu diperlukan analisis UI untuk mengetahui secara spesifik permasalahan *usability* pada SSK. Analisis tersebut dapat dicapai dengan mengevaluasi *usability* SSK menggunakan metode *heuristic evaluation* (HE) yang diusulkan oleh Nielsen dan Molich (Nabovati et al., 2014). Metode HE melibatkan evaluator yang ahli dalam mengevaluasi UI untuk menemukan masalah visual dengan serangkaian pengukuran *usability* yang berjumlah 10. Metode HE juga memiliki beberapa keunggulan seperti hemat biaya, memerlukan sedikit evaluator, dan waktu pengerjaan yang tidak terlalu panjang (Ali, 2022).

Dalam analisis UI dengan metode HE, penilaian harus didasari kesesuaian atau tidaknya tampilan UI dengan *brand* McDonald's itu sendiri. Desain UI memainkan peran penting dalam membentuk persepsi pengguna terhadap suatu *brand*, mempengaruhi pengalaman dan interaksi mereka dengan *brand* tersebut (Moutat, 2022). UI yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan *brand recognition*, menciptakan UX yang positif, dan berpotensi berdampak pada *brand involvement*. Pada akhirnya, UI berfungsi sebagai jembatan antara *brand* dan pengguna, membentuk persepsi, interaksi, dan *brand experience* secara keseluruhan (Izzuddin & Ilahiyyah, 2022). Sehingga keterlibatan *brand* McDonald's dalam penilaian UI SSK McDonald's dapat menciptakan hasil analisis yang lebih akurat.

Studi saat ini telah banyak mengevaluasi produk digital seperti *website* dan aplikasi, tetapi jarang untuk mengevaluasi produk SSK terutama di Indonesia. Hal ini bisa dibedakan karena konteks produk digital yang bersifat milik pribadi dan SSK yang bersifat publik, sehingga memiliki dampak yang berbeda pada interaksi mengenai aspek fisik dan psikologis. Sehingga generalisir temuan perlu disesuaikan pada penelitian masa depan (Lee, 2020). Oleh sebab itu HE akan dilakukan untuk menemukan permasalahan *usability* pada SSK di penelitian ini.

Berdasarkan beberapa studi dan permasalahan di atas, dapat ditelaah informasi yang bisa dijadikan acuan maupun referensi. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan permasalahan *usability* pada SSK dengan metode HE untuk mencari permasalahan apa saja yang membuat pengguna ragu, cemas, dan melakukan kesalahan saat menggunakan SSK. Evaluasi permasalahan *usability* akan divalidasi dari sisi *brand* dan hasil penelitian akan menampung saran dari ahli terkait permasalahan yang ditemukan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, beberapa pertanyaan kemudian muncul permasalahan yang telah dipaparkan sebagai berikut.

- Bagaimana *usability* pada UI SSK McDonald's?
- Apakah *usability* pada SSK sesuai dengan *brand* McDonald's?
- Bagaimana perbaikan desain berdasarkan saran *design expert* untuk menunjang performa SSK McDonald's?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Mengevaluasi *usability* pada UI SSK McDonald's menggunakan HE.
- Menganalisis kesesuaian *usability* pada SSK dengan *brand* McDonald's.
- Menghasilkan perbaikan desain berdasarkan saran *design expert* untuk menunjang performa SSK McDonald's.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memperluas wawasan dan memberikan informasi bagi akademisi fakultas industri kreatif di bidang HE. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan evaluasi HE.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi McDonald's Indonesia dalam meningkatkan performa SSK kedepannya untuk meningkatkan UX dari sisi *usability*. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan peluang bagi para desainer dalam penciptaan UI SSK yang ramah di sisi *usability*.

1.5. Sistematika Penulisan Tesis

Adapun dalam penulisan laporan penelitian ini menggunakan sistematika sebagai berikut:

- BAB I Pendahuluan

Pada bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian untuk selanjutnya disusun rumusan masalah dan diuraikan tentang tujuan, kemudian diakhiri dengan sistematika penulisan.

- BAB II Kajian Pustaka

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis penelitian dan analisis penelitian ini yang berisikan definisi dan kerangka pemikiran, serta kajian riset terdahulu.

- BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini menguraikan tentang pendekatan metode penelitian yang digunakan, dasar pemilihan objek penelitian, penentuan populasi dan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas data, dan diakhiri dengan metode analisis data yang digunakan.

- BAB IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini diawali dengan gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, pembahasan penelitian dan penarikan kesimpulan.

- BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan penutup dari penulisan tesis yang berisikan kesimpulan, saran dan juga rekomendasi penelitian yang akan datang.