

**PERANCANGAN UI/UX APLIKASI REKOMENDASI
COFFEE SHOP BERBASIS MOBILE MENGGUNAKAN
METODE *DESIGN THINKING***

TUGAS AKHIR

Disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Program Strata 1,
Program Studi Teknik Informatika, Universitas Pasundan Bandung

Disusun oleh :
Syahbrina Dinova
NRP: 22.304.0074



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG
2026**

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN TUGAS AKHIR

Telah diujikan dan dipertahankan dalam Sidang Sarjana Program Studi Teknik Informatika Universitas Pasundan Bandung, pada hari dan tanggal sidang sesuai berita acara sidang, tugas akhir dari :

Nama : Syahbrina Dinova
NRP : 22.304.0074

Dengan judul :

**“PERANCANGAN UI/UX APLIKASI REKOMENDASI *COFFEE SHOP*
BERBASIS *MOBILE* MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*”**

Bandung, 29 September 2026

Menyetujui,
Pembimbing utama,

(Caca Emile Supriana, S.Si., M.T.)

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Tugas akhir ini adalah benar-benar asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Pasundan Bandung maupun di Perguruan Tinggi lainnya
2. Tugas akhir ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari tim Dosen Pembimbing
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu dalam penulisan laporan Tugas Akhir yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan dalam sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan karya ilmiah, serta disebutkan dalam Daftar Pustaka pada tugas akhir ini
4. Kakas, perangkat lunak, dan alat bantu kerja lainnya yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya, bukan tanggung jawab Universitas Pasundan Bandung

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian laporan tugas akhir ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiasi dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi akademik, termasuk pencabutan gelar akademik yang saya sandang sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Pasundan, serta perundang-undangan lainnya.

Bandung, September 2026
Yang membuat pernyataan,
Materai

(Syahbrina Dinova)
NRP. 22.304.0074

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Tugas Akhir yang berjudul "*Perancangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) Prototype Aplikasi Rekomendasi Coffee Shop Berbasis Mobile Menggunakan Metode Design Thinking*" dapat diselesaikan dengan baik, dan sebagai salah satu syarat penyelesaian Program Sarjana Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Pasundan. Penyusunannya tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya:

1. Kepada Bapak Caca Emile Supriana, S.S1, MT, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan arahan serta bimbingan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Kepada Ibu Dr. Ir. Leony Lidya, MT. dan Bapak Ir. Agus Hexagraha, M.Kom selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu, perhatian, masukan, dan saran selama proses sidang Tugas Akhir, sehingga penulis memperoleh arahan untuk menyempurnakan laporan penelitian ini.
3. Bapak Anggoro Ari Nurcahyo, ST., M.Kom., selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika Universitas Pasundan
4. Bapak/Ibu dosen Program Studi Teknik Informatika yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
5. Kepada Staff Tata Usaha Program Studi Teknik Informatika Universitas Pasundan yang telah membantu penulis dalam proses administrasi selama perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir.
6. Kepada Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk diwawancarai serta mengisi kuesioner evaluasi *Prototype* aplikasi "CariKopi", sehingga penulis memperoleh data yang sangat berharga bagi penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Bandung, September 2026

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Selain pihak-pihak yang telah membimbing secara akademis, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang terdekat yang telah menjadi kekuatan penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini:

1. Kepada Wanita terhebatku, Ibu Wurningsih tercinta, terima kasih atas cinta, doa, dan pengorbanan yang tidak pernah berhenti mengiringi setiap langkah penulis. Terima kasih karena selalu menjadi tempat pulang, tempat bercerita, dan sumber kekuatan di setiap proses yang penulis lalui. Ketika penulis merasa lelah, ragu, bahkan hampir menyerah, doa dan dukungan Ibu selalu menjadi alasan untuk kembali bangkit. Tugas Akhir ini mungkin hanya sebuah karya ilmiah, tetapi di balik setiap halamannya terdapat begitu banyak doa, kasih sayang, dan perjuangan Ibu. Semoga gelar sarjana ini menjadi langkah awal bagi penulis untuk membalas setiap pengorbanan dan menghadirkan lebih banyak kebahagiaan bagi Ibu.
2. Kepada Cinta pertama dan Panutanku Bapak Yusdianto yang telah lebih dahulu berpulang ke rahmatullah, Kepergianmu mengajarkanku tentang arti rindu yang paling menyakitkan yaitu merindukan orang yang telah tiada, terima kasih atas setiap kasih sayang, perhatian, dan selalu menjadi alasan penulis untuk menyelesaikan studi ini serta kenangan indah yang pernah Bapak berikan kepada penulis. Meskipun Bapak tidak dapat menyaksikan secara langsung selesainya Tugas Akhir ini, penulis percaya bahwa doa dan kenangan tentang Bapak akan selalu hidup di hati penulis, dan menjadi salah satu kekuatan yang mengiringi penulis hingga sampai pada titik ini dan Tugas Akhir ini penulis persembahkan sebagai bukti dan cinta kasih penulis kepada bapak.
3. Kepada keluarga besar penulis, Eyang, Kakak dan Adik ibu, Semua Sepupu yang terlibat yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, dan motivasi selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Kepada Putri Nadira Ali dan Qory Fajrina Soraya , terima kasih telah memilih untuk selalu bersama dan selalu mendengarkan cerita penulis apapun itu, menguatkan ketika penulis mulai kehilangan semangat, dan tetap percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan perjalanan ini.
5. Kepada Syerli, Dena, dan Ichka, terima kasih telah menjadi sahabat penulis sejak awal masa perkuliahan. Segala canda, tawa, sedih dan cerita menjadi bagian dari perjuangan yang tidak terasa sendiri. Dibalik kata-kata pedas yang selalu dilontarkan satu sama lain, ada hati baik yang selalu hadir tanpa syarat di kehidupan penulis.

6. Kepada Melinda, Dila, dan Aurel, terima kasih telah hadir dan menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis. Memberikan cerita baru di kehidupan penulis dan untuk segala momen kebersamaan indah yang kita lalui, perjuangan, dan saling mendukung satu sama lain.
8. Kepada Awe, Uwa, dan Lalak, terima kasih yang selalu menemani penulis di keseharian penulis, selalu menjadi tempat untuk penulis bisa terlihat tidak baik-baik saja, dan atas semua semangat dan kata-kata yang di berikan kepada penulis.
9. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya di hidup penulis, yang selalu menjadi rumah kedua untuk penulis pulang, Jayan Rezki Perdana, terima kasih sudah menemani dan selalu ada selama perjalanan kehidupan perkuliahan maupun penulisan Tugas Akhir ini. Menjadi pendengar yang baik, penghibur dan senantiasa memberikan dukungan kepada penulis untuk pantang menyerah dalam menyelesaikan studi ini.
10. Kepada Ila dan Moki Kucing Penulis yang selalu menemani dan menjadi penghibur di saat lelahnya kehidupan dan mendengarkan seluruh keluh kesah penulis selama perjalanan perkuliahan penulis.
11. *Last but not least*, anak perempuan terakhir dan harapan kedua orang tuanya, Syahbrina Dinova. Ya, diri sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya untuk diri sendiri karena telah memilih untuk tetap bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang di sambut dengan rasa keraguan namun tetap di jalanin dan berhasil di lalui. Terima kasih kepada hati yang tetap memilih ikhlas meski banyak hal terasa tidak berjalan sesuai harapan. Terima kasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali-kali ingin sekali menyerah, terima kasih kepada raga yang terus melangkah meski lelah menghadapi tekanan tetapi tetap di perjuangkan. Teruslah belajar untuk selalu mensyukuri nikmat yang Tuhan berikan. Tetap semangat untuk selalu berusaha, berbahagialah dimana pun kamu berada. Penulis berdoa untuk di setiap langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi oleh orang-orang yang baik dan hebat serta mimpimu satu per satu terjawab. Aamiin

ABSTRAK

Kota Bandung memiliki sekitar 467 *Coffee Shop* dengan konsep, suasana, harga, dan fasilitas yang beragam, sehingga calon pengunjung sering kesulitan menentukan tempat yang sesuai dengan kebutuhannya, baik untuk bekerja, belajar, maupun bersantai. Informasi mengenai *Coffee Shop* masih tersebar di berbagai *platform* seperti *Google Maps*, Instagram, dan TikTok, belum terstruktur, dan belum dapat disesuaikan dengan preferensi pengguna, sehingga pengguna harus membandingkan pilihan secara manual. Selain itu, perencanaan aktivitas ngopi bersama masih dilakukan melalui diskusi berulang di aplikasi percakapan karena belum tersedia media yang terintegrasi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini merancang *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* berbasis *mobile* bernama “CariKopi”. Ide perancangan CariKopi adalah menyatukan informasi *Coffee Shop* di Kota Bandung dalam satu aplikasi yang terstruktur dan dapat dipersonalisasi. Fitur utama yang dirancang meliputi pencarian berdasarkan kata kunci, filter dan pengisian “Preferensi Kopimu” (harga, fasilitas, suasana, dan jarak) yang menghasilkan rekomendasi *Best Match*, daftar peringkat dan *Coffee Shop* terdekat (*nearby*), halaman detail yang terstandarisasi dan terintegrasi dengan peta lokasi, *bookmark*, *review* dan *rating*, serta fitur “Ngopi Bareng” untuk membuat rencana ngopi bersama, mengundang teman, dan mengatur pengingat (*reminder*).

Perancangan dilakukan menggunakan metode *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahapan. Tahap *Empathize* dilakukan melalui wawancara terhadap lima responden yang terdiri dari mahasiswa, *freelancer/remote worker*, dan pekerja *Work From Café* (WFC), kemudian dirangkum dalam *empathy map*. Tahap *Define* menghasilkan *user persona* dan *user journey map*, tahap *Ideate* menghasilkan daftar fitur melalui *brainstorming*, *Userflow*, dan *sitemap*, sedangkan tahap *Prototype* menghasilkan rancangan *low-fidelity* dan *high-fidelity* menggunakan Figma. Tahap *Test* dilakukan melalui *usability testing* terhadap lima responden dengan kuesioner berdasarkan aspek *usability* Nielsen. Hasil pengujian menunjukkan nilai rata-rata *learnability* 4,75, *efficiency* 4,73, *memorability* 4,60, dan *satisfaction* 4,87 yang seluruhnya tergolong sangat baik, sehingga rancangan CariKopi dinilai mudah dipelajari dan digunakan serta dapat menjadi acuan bagi pengembangan aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* selanjutnya.

Kata Kunci: Perancangan UI/UX, *Design Thinking*, Aplikasi *Mobile*, Rekomendasi *Coffee Shop*, *User Experience*

ABSTRACT

Bandung has approximately 467 coffee shops with diverse concepts, atmospheres, prices, and facilities, which makes it difficult for prospective visitors to choose a place that suits their needs, whether for working, studying, or relaxing. Information about coffee shops is still scattered across various *platforms* such as Google Maps, Instagram, and TikTok, is not well structured, and cannot be adjusted to user preferences, so users have to compare options manually. In addition, planning coffee meet-ups with friends is still carried out through repeated discussions in chat applications because no integrated medium is available.

Based on these problems, this research designs the User Interface (UI) and User Experience (UX) of a *mobile*-based coffee shop recommendation application named “CariKopi”. The design idea of CariKopi is to bring coffee shop information in Bandung together in a single application that is structured and can be personalized. The main features designed include keyword search, filters and a “Preferensi Kopimu” (coffee preference) form covering price, facilities, atmosphere, and distance that produces Best Match recommendations, ranking lists and nearby coffee shops, a standardized detail page integrated with a location map, bookmarks, reviews and ratings, and a “Ngopi Bareng” (coffee together) feature for creating group coffee plans, inviting friends, and setting reminders.

The design process applies the *Design Thinking* method, which consists of five stages. The Empathize stage was conducted through interviews with five respondents consisting of students, freelancers/remote workers, and Work From Café (WFC) workers, and the results were summarized in empathy maps. The Define stage produced user personas and a user journey map, the Ideate stage produced a list of features through brainstorming, Userflows, and a sitemap, while the Prototype stage produced low-fidelity and high-fidelity designs using Figma. The Test stage was carried out through usability testing with five respondents using a questionnaire based on Nielsen’s usability aspects. The results show average scores of 4.75 for learnability, 4.73 for efficiency, 4.60 for memorability, and 4.87 for satisfaction, all of which fall into the very good category, indicating that the CariKopi design is easy to learn and use and can serve as a reference for the future development of coffee shop recommendation applications.

Keywords: UI/UX Design, *Design Thinking*, *Mobile Application*, *Coffee Shop Recommendation*, *User Experience*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR SIMBOL	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
1.1 Latar Belakang.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Tujuan Tugas Akhir	1-3
1.4 Ruang Lingkup Tugas Akhir.....	1-3
1.5 Metodologi Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penulisan	1-6
BAB 2 LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU	2-1
2.1 Teori yang digunakan.....	2-1
2.1.1 Peta Konsep.....	2-1
2.1.2 Human Computer Interaction (HCI)	2-1
2.1.3 Metode Design Thinking	2-2
2.1.4 Usability.....	2-7
2.1.5 User Interface (UI)	2-7
2.1.6 User Experience (UX)	2-8
2.1.7 Prototype.....	2-9
2.1.8 Perancangan	2-9
2.1.9 Aplikasi Rekomendasi.....	2-10
2.1.10 Aplikasi Mobile.....	2-10
2.2 Penelitian Terdahulu	2-12
BAB 3 SKEMA PENELITIAN.....	3-1
3.1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir.....	3-1
3.2 Perumusan Masalah	3-3
3.2.1 Analisis Sebab Akibat.....	3-3
3.2.2 Solusi Masalah	3-4

3.3	Gambaran Produk Tugas Akhir.....	3-6
3.4	Profil Penelitian	3-6
3.4.1	Profil Tempat Penelitian	3-6
3.4.2	Profil Subjek Penelitian	3-7
3.4.3	Objek Penelitian	3-7
3.4.4	Analisis Alur Aktivitas.....	3-8
3.4.5	Daftar Pelaku.....	3-9
3.4.6	Penjelasan Alur Aktivitas.....	3-9
BAB 4 ANALISIS DAN PERANCANGAN		4-1
4.1	Analisis Menggunakan Design Thinking.....	4-1
4.2	Empathize.....	4-1
4.2.1	Wawancara	4-1
4.2.2	Empathy Map.....	4-13
4.3	Define.....	4-16
4.3.1	User Persona	4-16
4.3.2	Journey Map.....	4-20
4.4	Ideate.....	4-21
4.4.1	Brainstorming.....	4-23
4.4.2	Userflow.....	4-24
4.4.3	Sitemap	4-30
4.5	Prototype	4-32
4.5.1	Low-Fidelity.....	4-33
4.5.2	High-Fidelity	4-49
4.6	Test.....	4-71
4.6.1	Identifikasi Pengujian.....	4-71
4.6.2	Deskripsi Sampel Pengguna	4-71
4.6.3	Aspek yang Diujikan	4-72
4.6.4	Merancang Alat Ukur Usability	4-73
4.6.5	Tahap Pengujian	4-74
4.6.6	Hasil Pengujian	4-77
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		5-1
5.1	Kesimpulan.....	5-1
5.2	Saran.....	5-2
DAFTAR PUSTAKA		5-3
LAMPIRAN		5-5

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Metodologi Penelitian	1-4
Gambar 2. 1	Peta Konsep.....	2-1
Gambar 2. 2	Tahapan <i>Design Thinking</i>	2-3
Gambar 2. 3	<i>Emphaty Map</i>	2-4
Gambar 2. 4	<i>User Persona</i>	2-5
Gambar 2. 5	<i>Journey Map</i>	2-5
Gambar 2. 6	Referensi Aplikasi 1	2-10
Gambar 2. 7	Referensi Aplikasi 2	2-11
Gambar 2. 8	Referensi Aplikasi 3	2-12
Gambar 3. 1	Diagram <i>Fishbone</i> Analisis Sebab Akibat	3-4
Gambar 3. 2	Diagram <i>Fishbone</i> Solusi Masalah	3-5
Gambar 3. 3	Diagram <i>Workflow</i>	3-9
Gambar 4. 1	<i>Emphaty Map</i> Mahasiswa&Mahasiswi.....	4-13
Gambar 4. 2	<i>Emphaty Map Freelancer/Remote Worker</i>	4-14
Gambar 4. 3	<i>Emphaty Map</i> Pekerja WFC	4-16
Gambar 4. 4	Userflow Filter Dan Eksplorasi <i>Coffee Shop</i>	4-25
Gambar 4. 5	Userflow Detail <i>Coffee Shop</i>	4-26
Gambar 4. 6	Userflow Pencarian <i>Coffee Shop</i>	4-27
Gambar 4. 7	Userflow Ulasan Dan Rating <i>Coffee Shop</i>	4-28
Gambar 4. 8	Userflow Menyimpan <i>Coffee Shop</i>	4-29
Gambar 4. 9	Userflow Membuat Dan Mengelola Event.....	4-30
Gambar 4. 10	<i>Sitemap</i>	4-31
Gambar 4. 11	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Halaman <i>Splash Screen</i>	4-33
Gambar 4. 12	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Halaman <i>Onboarding</i>	4-34
Gambar 4. 13	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Halaman Utama	4-35
Gambar 4. 14	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Halaman “Eksplor Carikopi”	4-36
Gambar 4. 15	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Halaman “Preferensi Kopimu”	4-37
Gambar 4. 16	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Halaman Hasil Rekomendasi <i>Coffee Shop</i> (<i>Best Match</i>).....	4-38
Gambar 4. 17	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Halaman Detail <i>Coffee Shop</i>	4-39
Gambar 4. 18	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Dari Halaman Informasi Lokasi <i>Coffee</i> <i>Shop</i>	4-40
Gambar 4. 19	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Dari Halaman Pencarian (<i>Search/Cari</i>)	4-41
Gambar 4. 20	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Halaman Pencarian Berdasarkan Kata Kunci.....	4-42
Gambar 4. 21	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Halaman Rekomendasi	4-43
Gambar 4. 22	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Dari Halaman <i>Coffee Shop</i> Terdekat (<i>Nearby</i>).....	4-44
Gambar 4. 23	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Fitur <i>Bookmark</i> Atau <i>Favorite</i>	4-45
Gambar 4. 24	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Dari Fitur “Ngopi Bareng”	4-47
Gambar 4. 25	Paper <i>Prototype (Low-Fidelity)</i> Dari Fitur <i>Review</i> Dan Rating	4-48
Gambar 4. 26	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman <i>Splash Screen</i>	4-50
Gambar 4. 27	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman <i>Onboarding</i>	4-50
Gambar 4. 28	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman Utama	4-51
Gambar 4. 29	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman Filter Dan Personalisasi Preferensi (Harga, Fasilitas, Suasana, Jarak)	4-52
Gambar 4. 30	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman “Preferensi Kopimu”	4-55
Gambar 4. 31	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman Hasil Rekomendasi <i>Coffee Shop</i> (<i>Best</i> <i>Match</i>).....	4-56
Gambar 4. 32	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman Detail <i>Coffee Shop</i>	4-57
Gambar 4. 33	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman Lokasi <i>Coffee Shop</i>	4-58

Gambar 4. 34	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman <i>Search, Best Recommendation, Dan Nearby</i>	4-60
Gambar 4. 35	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman <i>Search By Keyword</i>	4-60
Gambar 4. 36	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman <i>Jelajahi Terdekat/Nearby</i>	4-61
Gambar 4. 37	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman <i>Rekomendasi</i>	4-62
Gambar 4. 38	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman <i>Bookmark</i>	4-63
Gambar 4. 39	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman “ <i>Ngopi Bareng</i> ”	4-69
Gambar 4. 40	Wireframe <i>High-Fidelity</i> Halaman <i>Review Dan Rating</i>	4-71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	2-12
Tabel 3.1	Alur Penyelesaian Tugas Akhir	3-1
Tabel 3.2	Daftar Coffee Shop.....	3-6
Tabel 3.3	Daftar Pelaku.....	3-9
Tabel 3.4	Daftar Rincian Alur Aktivitas Pencarian <i>Coffee Shop</i> (Individu)	3-9
Tabel 3.5	Daftar Rincian Alur Aktivitas Ngopi Bersama.....	3-10
Tabel 4.1	Hasil Wawancara Dengan Responden 1	4-1
Tabel 4.2	Hasil Wawancara Dengan Responden 2	4-3
Tabel 4.3	Hasil Wawancara Dengan Responden 3	4-5
Tabel 4.4	Hasil Wawancara Dengan Responden 4	4-9
Tabel 4.5	Hasil Wawancara Dengan Responden 5	4-11
Tabel 4.6	User Persona Responden 1	4-16
Tabel 4.7	User Persona Responden 2	4-17
Tabel 4.8	User Persona Responden 3	4-18
Tabel 4.9	User Persona Responden 4	4-19
Tabel 4.10	User Persona Responden 5	4-19
Tabel 4.11	User Journey	4-20
Tabel 4.12	Sitemap	4-31
Tabel 4.13	Identifikasi Pengujian.....	4-71
Tabel 4.14	Sampel Pengguna	4-71
Tabel 4.15	Rentang Interval Skor.....	4-73
Tabel 4.16	Bobot Jawaban Kuesioner	4-74
Tabel 4.17	Kuesioner.....	4-75
Tabel 4.18	Tugas Usability Test.....	4-76
Tabel 4.19	Hasil Jawaban Learnability.....	4-77
Tabel 4.20	Hasil Jawaban Efficiency	4-78
Tabel 4.21	Hasil Jawaban Memorability	4-78
Tabel 4.22	Hasil Jawaban Satisfaction	4-79
Tabel 4.23	Rata-rata Learnability	4-80
Tabel 4.24	Rata-rata Efficiency.....	4-80
Tabel 4.25	Rata-rata Memorability.....	4-80
Tabel 4.26	Rata-rata Satisfaction.....	4-81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Pengantar Penelitian Tugas Akhir	5-7
Lampiran 2	Wawancara Dengan Responden.....	5-8
Lampiran 3	Berita Acara Responden	5-9
Lampiran 4	Tampilan UI Aplikasi CariKopi.....	5-26
Lampiran 5	Testing dengan Pengguna	5-38

DAFTAR ISTILAH

Istilah	Definisi
<i>User Interface (UI)</i>	Tampilan visual dari suatu sistem atau aplikasi yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara langsung, mencakup elemen seperti tombol, ikon, warna, tipografi, dan layout.
<i>User Experience (UX)</i>	Pengalaman keseluruhan yang dirasakan pengguna saat berinteraksi dengan sistem, meliputi kemudahan, kenyamanan, efisiensi, dan kepuasan.
<i>Design Thinking</i>	Metode perancangan berbasis pengguna (<i>human-centered design</i>) yang terdiri dari tahap <i>empathize</i> , <i>Define</i> , <i>ideate</i> , <i>Prototype</i> , dan <i>Test</i> .
<i>Aplikasi Mobile</i>	Perangkat lunak yang dirancang untuk berjalan pada perangkat <i>mobile</i> seperti smartphone guna mendukung aktivitas pengguna secara fleksibel.
Aplikasi Rekomendasi	Sistem yang memberikan saran atau pilihan kepada pengguna berdasarkan preferensi, kebutuhan, atau perilaku pengguna.
<i>Usability</i>	Tingkat kemudahan penggunaan suatu sistem yang diukur melalui efektivitas, efisiensi, dan kepuasan pengguna.
<i>Human Computer Interaction (HCI)</i>	Bidang ilmu yang mempelajari interaksi antara manusia dan komputer, termasuk desain, evaluasi, dan implementasi sistem interaktif.
<i>Empathize</i>	Tahap awal dalam <i>Design Thinking</i> untuk memahami kebutuhan dan permasalahan pengguna melalui observasi dan wawancara.
<i>Define</i>	Tahap merumuskan masalah utama pengguna berdasarkan hasil analisis pada tahap <i>empathize</i> .
<i>Ideate</i>	Tahap menghasilkan berbagai ide solusi melalui proses kreatif seperti <i>Brainstorming</i> .
<i>Prototype</i>	Representasi awal dari desain sistem yang digunakan untuk menguji konsep solusi sebelum implementasi.
<i>Testing</i>	Tahap pengujian <i>Prototype</i> kepada pengguna untuk memperoleh umpan balik dan evaluasi.
<i>Empathy Map</i>	Alat bantu untuk memahami pengguna berdasarkan aspek <i>Said</i> , <i>Did</i> , <i>Thought</i> , dan <i>Felt</i> .
<i>User Persona</i>	Representasi fiktif dari pengguna yang menggambarkan karakteristik, kebutuhan, tujuan, dan perilaku target user.
<i>User Journey Map</i>	Visualisasi perjalanan pengguna saat berinteraksi dengan sistem, termasuk tahapan, pengalaman, dan <i>pain points</i> .
Userflow	Alur langkah-langkah yang dilakukan pengguna dalam menggunakan aplikasi untuk mencapai tujuan tertentu.
<i>Sitemap</i>	Struktur hierarki yang menggambarkan hubungan antar halaman dalam aplikasi.

<i>Workflow</i>	Alur kerja yang menggambarkan proses aktivitas dalam sistem, baik sebelum (<i>as-is</i>) maupun setelah (<i>to-be</i>) pengembangan.
<i>Low-Fidelity Prototype</i>	<i>Prototype</i> sederhana yang hanya menampilkan struktur dasar tanpa detail visual lengkap.
<i>High-Fidelity Prototype</i>	<i>Prototype</i> dengan tampilan mendekati produk akhir yang sudah mencakup warna, tipografi, dan interaksi.
<i>Brainstorming</i>	Teknik pengumpulan ide secara bebas dan terbuka untuk menghasilkan solusi atas suatu permasalahan.
<i>Personalization</i>	Penyesuaian konten atau rekomendasi berdasarkan preferensi dan kebutuhan pengguna.
<i>Filtering</i>	Fitur untuk menyaring pilihan berdasarkan kriteria tertentu seperti harga, fasilitas, lokasi, atau suasana.
<i>Rating</i>	Penilaian numerik yang diberikan pengguna terhadap suatu tempat atau layanan.
<i>Review</i>	Ulasan atau komentar pengguna terkait pengalaman terhadap suatu tempat atau layanan.
<i>Reminder</i>	Fitur notifikasi yang digunakan untuk mengingatkan pengguna terkait jadwal atau aktivitas tertentu.
<i>Work From Café (WFC)</i>	Aktivitas bekerja yang dilakukan di <i>Coffee Shop</i> sebagai alternatif selain di rumah atau kantor.
<i>Freelancer</i>	Individu yang bekerja secara mandiri tanpa terikat kontrak jangka panjang dengan satu perusahaan.
<i>Remote Worker</i>	Individu yang bekerja dari jarak jauh tanpa harus berada di lokasi kantor fisik.

DAFTAR SIMBOL

Daftar Simbol Userflow

No	Simbol	Nama Simbol	Fungsi
1		Terminator	Simbol yang menyatakan mulai dan selesai dari suatu proses.
2		Flow Direction	Simbol yang digunakan untuk menghubungkan antara simbol yang satu dengan simbol yang lain.
3		Process	Simbol yang menyatakan suatu proses yang dilakukan.
4		Input/Output	Simbol yang menyatakan proses input atau output.
5		Decision	Simbol yang menunjukkan kondisi tertentu yang akan menghasilkan dua kemungkinan jawaban, yaitu ya dan tidak.

Daftar Simbol Workflow

No	Simbol	Keterangan
1		Menunjukkan adanya data atau informasi yang digunakan atau dihasilkan dalam proses, seperti hasil pencarian atau detail <i>Coffee Shop</i> .
2		Merepresentasikan satu orang pengguna yang menggunakan aplikasi, misalnya individu yang mencari <i>Coffee Shop</i> .
3		Merepresentasikan lebih dari satu pengguna atau komunitas, seperti aktivitas ngopi bersama (group user).
4		Simbol penghubung yang digunakan untuk menghubungkan alur proses atau menunjukkan kelanjutan alur pada bagian lain dalam <i>Workflow</i> .

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara masyarakat mencari informasi dan mengambil keputusan sebelum melakukan suatu aktivitas, salah satunya dalam memilih tempat untuk bersantai atau bekerja sambil menikmati kopi. Pemanfaatan teknologi informasi memungkinkan penyampaian informasi suatu tempat usaha secara lebih cepat, luas, dan dapat diakses kapan saja melalui media digital [APJ24]. Perancangan UI/UX yang memperhatikan kebutuhan pengguna dapat membantu pengguna memperoleh informasi dengan lebih mudah, memahami alur penggunaan aplikasi, serta memberikan pengalaman penggunaan yang lebih baik. Oleh karena itu, perancangan UI/UX tidak hanya berfokus pada tampilan visual, tetapi juga memperhatikan kebutuhan dan perilaku pengguna selama menggunakan aplikasi.

Salah satu metode yang banyak digunakan dalam proses perancangan UI/UX adalah *Design Thinking*. Metode ini menempatkan pengguna sebagai fokus utama dalam proses perancangan melalui tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Melalui tahapan tersebut, kebutuhan dan permasalahan pengguna dapat diidentifikasi sehingga solusi yang dihasilkan lebih sesuai dengan kondisi dan kebiasaan pengguna dalam mencari suatu tempat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa metode *Design Thinking* dapat digunakan dalam proses perancangan UI/UX melalui pendekatan yang berorientasi pada pengguna sehingga mampu menghasilkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna [ISM25].

Kota Bandung dikenal sebagai salah satu kota dengan pertumbuhan industri kreatif yang pesat, termasuk pada sektor kuliner dan gaya hidup, khususnya bisnis *Coffee Shop*. Berdasarkan data Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Kota Bandung, tercatat sekitar 467 *Coffee Shop* tersebar di Kota Bandung, dengan jumlah pengunjung yang terus meningkat setiap tahunnya, yaitu sekitar 15 juta pengunjung pada tahun 2022 dan meningkat menjadi 18 juta pengunjung pada tahun 2023 [IMA24]. *Coffee Shop* saat ini tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat menikmati kopi, tetapi juga berkembang menjadi ruang sosial, tempat bekerja, hingga destinasi wisata alternatif bagi warga maupun wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung [SIR22].

Banyaknya jumlah *Coffee Shop* dengan berbagai variasi konsep, suasana, kisaran harga, jenis menu, hingga fasilitas pendukung seperti *Wi-Fi*, stop kontak, dan area merokok menyebabkan calon pengunjung, khususnya wisatawan dan pendatang yang belum *familiar* dengan wilayah Kota Bandung, mengalami kesulitan dalam menentukan *Coffee Shop* yang sesuai dengan preferensi mereka. Di sisi lain, setiap pengguna juga memiliki kebutuhan yang berbeda, misalnya untuk

keperluan bekerja, belajar, *meeting*, atau sekadar bersantai, sehingga ketidaksesuaian antara banyaknya pilihan dengan kebutuhan spesifik pengguna menyebabkan proses pemilihan *Coffee Shop* menjadi kurang efektif dan cenderung membingungkan.

Pengguna umumnya masih mengandalkan pencarian informasi melalui berbagai *platform* media sosial, aplikasi peta digital, atau ulasan *online*, informasi yang tersedia tersebar di berbagai *platform*, tidak terstruktur, dan belum dapat disesuaikan dengan preferensi masing-masing pengguna. Hal ini mengakibatkan pengguna harus menghabiskan waktu lebih lama untuk membandingkan berbagai pilihan sebelum menentukan *Coffee Shop* yang sesuai. Selain itu, aktivitas mengunjungi *Coffee Shop* tidak hanya bersifat individu, tetapi juga sering dilakukan secara bersama-sama, seperti untuk pertemuan, diskusi kelompok, atau kegiatan sosial lainnya. Namun, belum terdapat media yang secara terintegrasi dapat membantu pengguna dalam merencanakan kegiatan tersebut, mulai dari pemilihan tempat hingga pengaturan waktu pertemuan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses pencarian dan pengambilan keputusan dalam memilih *Coffee Shop* masih bergantung pada penelusuran informasi dari berbagai sumber yang terpisah, sehingga membutuhkan waktu yang tidak sedikit dan berisiko menghasilkan pilihan yang kurang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan perancangan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* berbasis *mobile* menggunakan metode *Design Thinking*. Melalui pendekatan yang berorientasi pada pengguna, aplikasi yang dirancang diharapkan mampu membantu pengguna memperoleh rekomendasi *Coffee Shop* di Kota Bandung sesuai dengan preferensi masing-masing secara lebih cepat, mudah, dan personal. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul "Perancangan UI/UX Aplikasi Rekomendasi *Coffee Shop* di Kota Bandung Berbasis *Mobile* Menggunakan Metode *Design Thinking*".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada proses pencarian dan pemilihan *Coffee Shop* di Kota Bandung, yaitu:

1. Proses pencarian informasi *Coffee Shop* masih bergantung pada penelusuran melalui berbagai *platform* yang terpisah, seperti media sosial, aplikasi peta digital, dan ulasan *online*, sehingga pengguna perlu membandingkan sendiri satu per satu sebelum menentukan *Coffee Shop* yang sesuai dengan preferensinya.
2. Belum tersedianya aplikasi yang menyediakan fitur rekomendasi *Coffee Shop* secara terpusat berdasarkan preferensi pengguna (suasana, harga, jenis menu, dan fasilitas) beserta fitur perencanaan aktivitas bersama, sehingga pengguna kesulitan menemukan *Coffee Shop* yang sesuai sekaligus mengoordinasikan pertemuan dengan orang lain.

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka tujuan dari tugas akhir ini yaitu:

1. Merancang *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) aplikasi *mobile* "CariKopi" menggunakan metode *Design Thinking* yang dapat mendukung pengguna dalam memperoleh rekomendasi *Coffee Shop* di Kota Bandung sesuai dengan preferensi masing-masing.
2. Merancang fitur pencarian, filter, dan rekomendasi *Coffee Shop* berdasarkan preferensi pengguna, menyajikan informasi lokasi, harga, suasana, dan fasilitas, integrasi peta lokasi, serta fitur perencanaan event "Ngopi Bareng" dan pengingat (*reminder*) pada aplikasi *mobile* "CariKopi", sehingga pengguna dapat menemukan dan merencanakan kunjungan ke *Coffee Shop* secara mandiri.

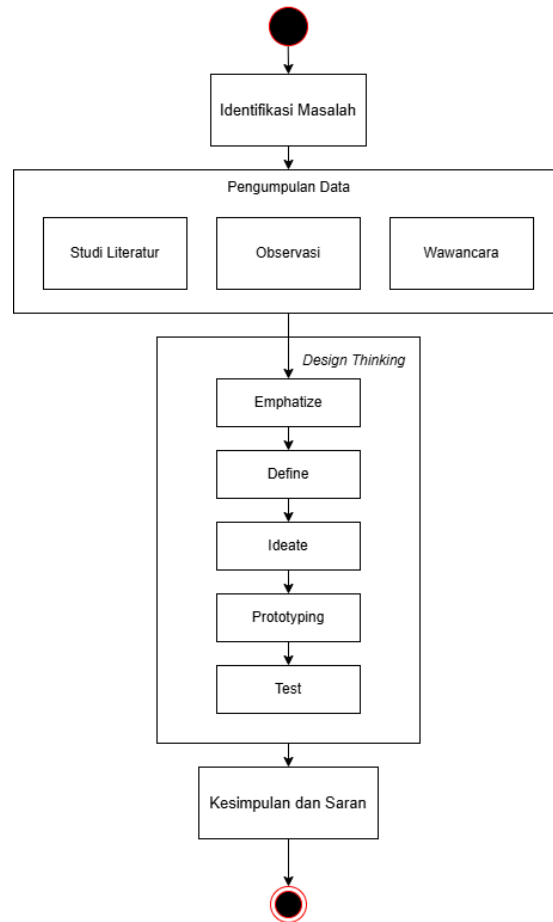
1.4 Ruang Lingkup Tugas Akhir

Adapun lingkup atau batasan pengerjaan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Perancangan antarmuka aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* dilakukan menggunakan metode *Design Thinking*.
2. Data yang digunakan dalam proses perancangan diperoleh melalui studi literatur dan wawancara kepada pengguna yang memiliki kebiasaan mengunjungi *Coffee Shop*.
3. Penelitian ini berfokus pada perancangan tampilan antarmuka pengguna (UI/UX) aplikasi *mobile*, tidak mencakup implementasi back-end maupun dashboard pengelola *Coffee Shop*.
4. Fitur yang dirancang meliputi pencarian, filter, dan rekomendasi *Coffee Shop* berdasarkan preferensi pengguna, tampilan informasi *Coffee Shop* yang terstruktur beserta integrasi peta lokasi, serta fitur perencanaan event "Ngopi Bareng" dan pengingat (*reminder*).
5. Produk yang dihasilkan berupa *Prototype* aplikasi "CariKopi" berbasis *mobile* dalam bentuk *High-Fidelity*, tanpa tahap implementasi atau pembangunan sistem secara nyata.

1.5 Metodologi Penelitian

Dalam penyusunan dan penyelesaian tugas akhir ini dilakukan beberapa langkah – langkah pengerjaan sebagai penunjang dalam pembuatan tugas akhir, beberapa langkah - langkah yang dilakukan antara lain:



Gambar 1. 1 Metodologi Penelitian

Berikut ini merupakan penjelasan metodologi penelitian yang digunakan pada tugas akhir ini, yaitu sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini dilakukan identifikasi terhadap permasalahan yang terjadi pada pengguna dalam mencari rekomendasi *Coffee Shop* di Kota Bandung. Identifikasi masalah dilakukan untuk mengetahui kendala yang dihadapi pengguna dalam memperoleh informasi *Coffee Shop* yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Selain itu, pada tahap ini juga dirumuskan solusi awal yang diusulkan untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui perancangan UI/UX aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* berbasis *mobile*.

2. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang relevan baik secara teoritis maupun data lapangan untuk menunjang proses perancangan UI/UX aplikasi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari sumber-sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, buku, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan

UI/UX, aplikasi *Coffee Shop*, serta metode *Design Thinking*. Tujuan dari studi literatur ini adalah untuk memperoleh landasan teori yang mendukung perancangan sistem dan penyusunan tugas akhir.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap aplikasi serupa yang bisa di jadikan acuan serta kebiasaan pengguna dalam mencari informasi *Coffee Shop*. Survei ini bertujuan untuk mengetahui kekurangan sistem yang berjalan saat ini dan kebutuhan pengguna secara umum.

c. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada narasumber yang relevan, seperti pengguna *Coffee Shop*, untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai kebutuhan, permasalahan, serta harapan terhadap aplikasi rekomendasi *Coffee Shop*.

3. Metode *Design Thinking*

Pada tahap ini dilakukan perancangan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* berbasis *mobile* dengan menggunakan metode *Design Thinking* berdasarkan data yang diperoleh pada tahap sebelumnya. Metode *Design Thinking* terdiri dari lima tahapan, yaitu:

a. Empathize

Tahap empathize bertujuan untuk memahami kebutuhan, perilaku, dan permasalahan pengguna melalui hasil wawancara, kuesioner, dan observasi. Pada tahap ini diperoleh gambaran mengenai pengalaman pengguna dalam mencari rekomendasi *Coffee Shop*.

b. Define

Pada tahap *Define* dilakukan perumusan masalah utama berdasarkan hasil tahap empathize. Permasalahan dirangkum dalam bentuk problem statement yang menjadi dasar dalam proses perancangan solusi.

c. Ideate

Tahap ideate merupakan proses menghasilkan berbagai ide solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang telah didefinisikan. Ide-ide tersebut kemudian diseleksi untuk menentukan solusi terbaik yang akan diterapkan dalam desain aplikasi.

d. Prototyping

Pada tahap prototyping dilakukan pembuatan rancangan antarmuka aplikasi berupa wireframe dan *Prototype* UI/UX berdasarkan ide solusi yang telah ditentukan. *Prototype* ini menggambarkan alur penggunaan aplikasi rekomendasi *Coffee Shop*.

e. Testing

Tahap *Testing* dilakukan dengan menguji *Prototype* kepada pengguna untuk memperoleh umpan balik terkait kemudahan penggunaan, tampilan antarmuka, dan pengalaman pengguna. Hasil pengujian digunakan sebagai dasar perbaikan desain UI/UX aplikasi.

4. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan perancangan UI/UX yang telah dilakukan. Selain itu, diberikan saran sebagai bahan pengembangan lebih lanjut bagi penelitian selanjutnya agar aplikasi dapat dikembangkan menjadi lebih baik dan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan tugas akhir sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan umum mengenai usulan penelitian yang terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan laporan.

BAB 2. LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori-teori yang menjadi dasar penelitian, meliputi konsep UI/UX, prinsip desain antarmuka, teori *Usability*, metode *Design Thinking*, serta teori pendukung lainnya terkait aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* berbasis *Mobile*.

BAB 3. SKEMA PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan alur penyelesaian tugas akhir, analisis persoalan, dan manfaat tugas akhir, kerangka pemikiran teoritis, dan profil tempat penelitian.

BAB 4. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi perancangan dan prototyping aplikasi rekomendasi berbasis *mobile* menggunakan metode *Design Thinking*.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai hasil penelitian serta pernyataan yang didapat berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan, serta keterkaitan dari semua tahap yang dilakukan dalam penelitian. Di dalamnya terdapat pula saran yang diusulkan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan prospek penelitian selanjutnya, serta rekomendasi penerapan di organisasi terkait.

BAB 2

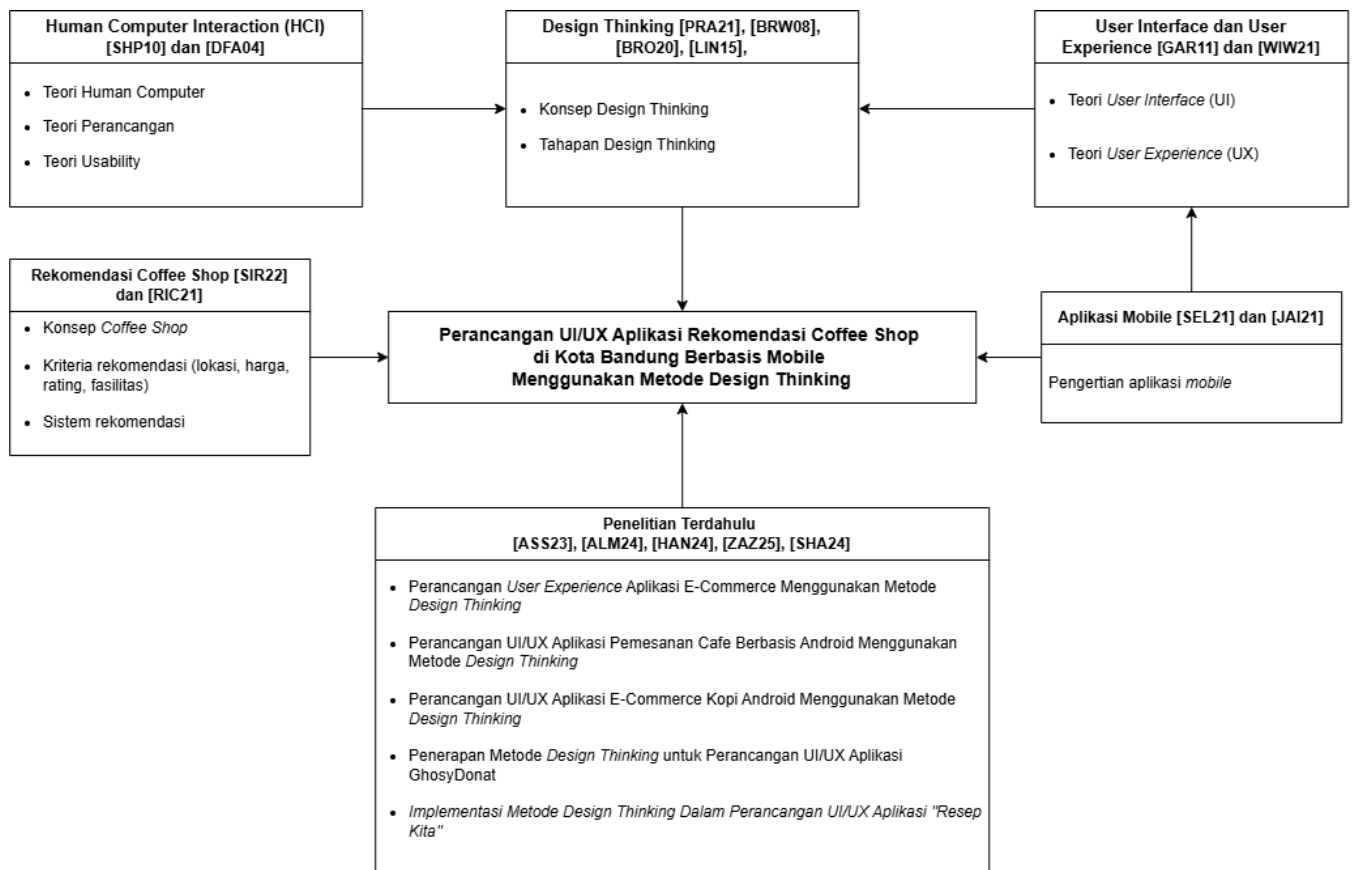
LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU

Bab ini berisi landasan teori dan penelitian terdahulu yang menjadi dasar dalam pelaksanaan penelitian tugas akhir. Teori yang digunakan bersumber dari jurnal ilmiah, buku, serta penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik perancangan UI/UX aplikasi Rekomendasi *Coffee Shop*.

2.1 Teori yang digunakan

2.1.1 Peta Konsep

Untuk memudahkan menentukan teori yang dibutuhkan dalam penelitian, maka penulis membuat peta konsep yang digunakan pada gambar 2.1 :



Gambar 2. 1 Peta Konsep

2.1.2 Human Computer Interaction (HCI)

Human-Computer Interaction adalah bidang studi yang membahas perancangan dan evaluasi sistem komputer interaktif yang fokus pada interaksi antara pengguna manusia dan sistem. HCI mencakup berbagai aspek seperti psikologi kognitif, interaksi visual, ergonomi, dan desain sistem interaktif. [DFA04].

Human Computer Interaction atau interaksi manusia komputer melibatkan 4 komponen yaitu pengguna atau manusia, sistem komputer, aktivitas dan lingkungan kerja. Kunci utama dari HCI adalah daya guna (*Usability*). Salah satu pembahasan terpenting dalam HCI adalah antarmuka pengguna (*User Interface*), yang merupakan bagian sistem yang dikendalikan oleh pengguna untuk mencapai dan melaksanakan fungsi-fungsi suatu sistem.

Human Computer Interaction merupakan disiplin ilmu yang mempelajari desain, evaluasi, implementasi dari sistem komputer interaktif untuk dipakai oleh manusia beserta studi tentang faktor-faktor utama dalam lingkungan interaksinya. Ada 3 kata ‘use’ yang harus berlaku untuk semua produk sistem aplikasi yang akan berhasil, yaitu:

- a. *Useful* (berguna) : mencapai apa yang dibutuhkan.
- b. *Usable* (dapat digunakan) : mudah digunakan dan alami, tanpa bahaya, kesalahan.
- c. *Used* (telah digunakan) : membuat orang ingin menggunakannya, menarik, menyenangkan.

Komponen dasar dalam menghasilkan produk interaktif terdiri dari 3 yaitu manusia, komputer dan interaksi. [PRS15].

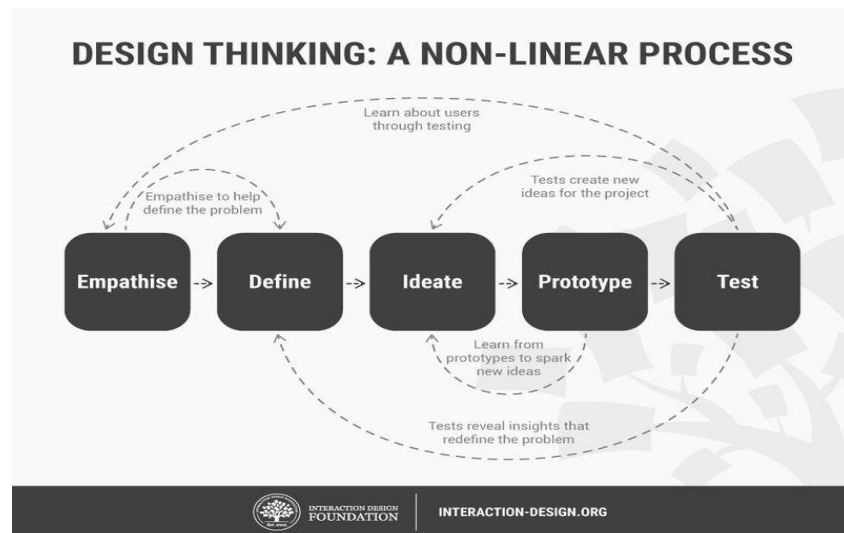
2.1.3 Metode *Design Thinking*

Design Thinking adalah metodologi yang menekankan pentingnya memahami dan mengintegrasikan kebutuhan pengguna dalam proses inovasi. Metode ini memanfaatkan berbagai alat dan teknik dari dunia desain, lalu menggabungkannya dengan teknologi yang relevan supaya bisa menghasilkan solusi yang bukan hanya inovatif, tapi juga efektif dalam mengatasi masalah yang dihadapi oleh pengguna [PRA21]. Dalam pendekatan ini, pengguna ditempatkan sebagai pusat dari seluruh proses perancangan, sehingga solusi yang dihasilkan memiliki nilai guna yang tinggi dan sesuai dengan kebutuhan di lapangan.

Selain itu, *Design Thinking* juga dipandang sebagai proses yang bersifat iteratif dan berulang, dengan tujuan untuk memahami pengguna secara mendalam, menantang asumsi yang ada, dan mengevaluasi masalah demi menemukan sudut pandang serta alternatif solusi yang lebih tepat. Proses ini mendorong para perancang untuk tidak terjebak pada satu solusi awal, melainkan terus melakukan eksplorasi, evaluasi, dan perbaikan berdasarkan umpan balik dari pengguna.

Design Thinking terdiri dari lima tahap utama, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* [BRW08]. Namun, semua varian pemikiran desain sangat mirip, semuanya mewujudkan prinsip yang sama, yang pertama kali dijelaskan oleh peraih Nobel Herbert Simon dalam *The Sciences of the Artificial* pada tahun 1996. Institut Desain Hasso-Plattner di Stanford berada di garis depan dalam menerapkan dan mengajarkan *Design Thinking*. Lima fase *Design Thinking* versi Stanford.

Dari penjelasan di atas, bisa disimpulkan bahwa *Design Thinking* adalah metodologi inovatif yang berfokus pada manusia (human-centered approach). Metode ini menggabungkan kreativitas desain dengan pemanfaatan teknologi untuk menciptakan solusi yang aplikatif dan efektif. Ada empat elemen kunci dalam *Design Thinking*, yaitu orientasi pada pengguna, kreativitas yang terbuka, penerapan solusi yang praktis, dan proses yang iteratif.



Gambar 2. 2 Tahapan *Design Thinking*

Berdasarkan gambar 2.2 diatas, *Design Thinking* terdiri dari 5 tahapan:

1. *Empathize* (Empati)

Empathize adalah langkah pertama dalam proses *Design Thinking* yang fokus pada pemahaman mendalam tentang pengguna. Di tahap ini, peneliti mengeksplorasi berbagai aspek yang berkaitan dengan target pengguna, seperti kebutuhan mereka, tujuan penggunaan sistem, serta konteks dan kemampuan teknologi yang ada. Tujuan utama dari tahap *empathize* adalah untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai pengalaman nyata pengguna, bukan hanya berdasar asumsi yang dibuat. Proses *empathize* mencakup beberapa aktivitas utama, seperti:

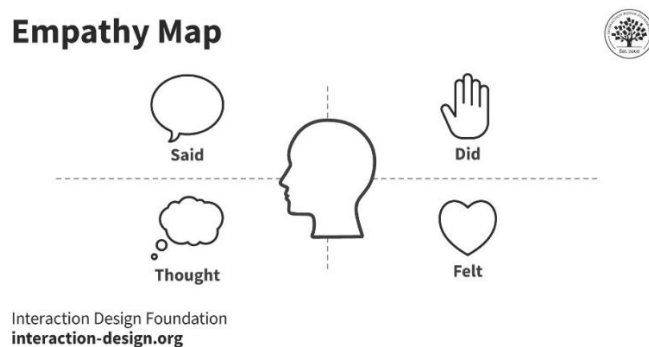
- a. Mengidentifikasi pemikiran dan perasaan sebenarnya dari pengguna, tidak hanya berdasarkan apa yang mereka katakan
- b. Mengamati dan menganalisis kebiasaan serta perilaku mereka saat menggunakan sistem
- c. Mencari tahu berbagai kegelisahan, hambatan, dan kekhawatiran yang mungkin mereka rasakan
- d. Mengidentifikasi faktor-faktor yang bisa memberikan kesenangan dan kepuasan saat berinteraksi dengan aplikasi.

1) Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi antara dua pihak atau lebih yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari seseorang yang dianggap memiliki keahlian atau pengalaman dalam bidang tertentu. [INI23]

2) *Empathy Map*

Empathy Map dimanfaatkan sebagai alat bantu dalam proses wawancara pengguna agar pelaksanaannya lebih terarah, mendalam, dan efisien dalam menggali informasi yang mendukung proses perancangan antarmuka aplikasi. [YNS24] Peta empati ini merepresentasikan pikiran, perasaan, dan tindakan pengguna, dan digunakan desainer *User Experience* untuk mengorganisir data hasil penelitian guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap kebutuhan pengguna serta mendukung pengambilan keputusan perancangan secara tepat. Empathy Map terdiri atas empat kuadran utama, yaitu *Said* (apa yang dikatakan pengguna), *Did* (apa yang dilakukan), *Thought* (apa yang dipikirkan), dan *Felt* (apa yang dirasakan). [TEO25]



Gambar 2. 3 *Empathy Map*

2. *Define* (Mendefinisikan)

Define adalah tahapan mendefinisikan kebutuhan pengguna, permasalahan pengguna, dan wawasan yang dimiliki. Tujuan dari tahapan ini adalah menemukan masalah-masalah yang penting untuk diselesaikan. Pada tahap ini, informasi dari berbagai sumber dikumpulkan dan dianalisis untuk mendefinisikan masalah inti yang dialami pengguna saat berinteraksi dengan produk atau proses. Langkah ini sangat penting untuk mempersempit fokus pada permasalahan spesifik yang akan diatasi melalui solusi inovatif. Untuk membantu dalam mendefinisikan masalah pengguna peneliti menggunakan *User Persona*.

a. *User Persona*

User Persona adalah karakter fiksi yang dirancang untuk mewakili tipe pengguna tertentu yang memiliki pola interaksi serupa terhadap situs, merek, atau produk. Dalam praktik desain UI/UX, persona digunakan secara beriringan dengan segmentasi pasar,

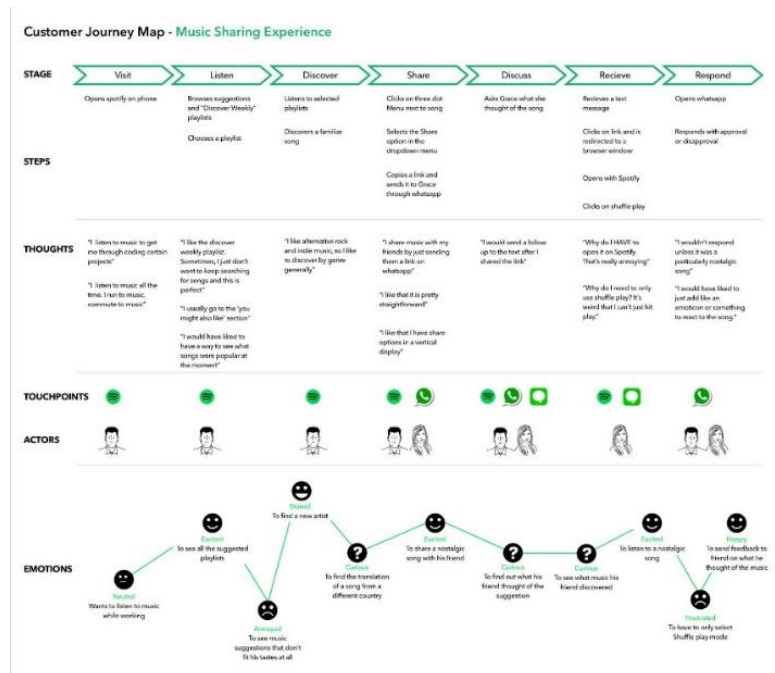
di mana persona kualitatif dibentuk untuk menggambarkan segmen pengguna yang spesifik. [WIW21].



Gambar 2. 4 User Persona

b. User Journey Map

User Journey berfungsi untuk memvisualisasikan alur pengguna guna memahami interaksi pengguna pada setiap fase yang dilalui secara umum. Melalui alat ini, dapat diidentifikasi emosi yang dirasakan pengguna, tantangan yang dihadapi, serta peluang yang mungkin muncul selama alur tersebut. Selain itu, User Journey juga dapat digunakan untuk memetakan cara pengguna berinteraksi dengan produk yang sedang dirancang atau didesain. [ANU24]



Gambar 2. 5 Journey Map

3. Ideate (Menghasilkan ide-ide)

Ideate adalah tahapan *Brainstorming* yang bertujuan untuk menghasilkan berbagai ide sebagai solusi atas permasalahan yang dihasilkan pada tahap sebelumnya. Setelah terkumpul berbagai Solusi, dilakukan proses evaluasi untuk memilih ide terbaik yang akan diselesaikan [ISL23]. Untuk mendapatkan ide dapat berdiskusi dengan pengguna aplikasi dengan pikiran terbuka untuk menghasilkan ide sebanyak mungkin untuk mengatasi pernyataan masalah dalam lingkungan yang difasilitasi dan bebas penilaian

a. *Brainstorming*

Brainstorming adalah proses untuk menemukan ide atau solusi yang bertujuan mengatasi permasalahan dan memenuhi kebutuhan pengguna. [IPA24]

b. *Userflow*

Userflow adalah serangkaian langkah yang dilalui oleh pengguna dalam menggunakan suatu produk untuk menyelesaikan tugas tertentu. Userflow memiliki hubungan yang erat dengan pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan produk tersebut. Dengan Userflow yang dirancang secara optimal, pengguna dapat lebih mudah memahami dan memanfaatkan produk. Userflow yang efektif dalam memfasilitasi alur pengguna dari awal hingga akhir suatu proses membuat produk lebih mudah dioperasikan dan meningkatkan peluang memberikan pengalaman pengguna (UX) yang baik. [SHI21]

c. *Sitemap*

Sitemap merupakan representasi visual yang menggambarkan struktur dari sebuah situs atau aplikasi. Denah yang menunjukkan bagaimana berbagai bagian saling terhubung, sehingga mempermudah pengguna dalam menavigasi situs atau aplikasi, terutama yang memiliki lebih dari satu halaman. Dengan bantuan diagram, pengguna dapat memahami keseluruhan isi situs atau aplikasi secara lebih jelas. [CCR24]

4. *Prototype* (Membuat prototipe)

Prototype adalah tahapan pengembangan ide menjadi bentuk fisik produk awal yang bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan pengguna pada fase ini dikembangkan beberapa versi prototipe dengan skala yang lebih kecil tetapi memuat fitur-fitur untuk dapat diuji oleh pengguna pada tahap berikutnya.

a. *Low-Fidelity*

Low-Fidelity merupakan kerangka dasar yang digunakan sebagai tahap awal dalam proses perancangan desain. Wireframe ini tidak mencakup penggunaan warna, ukuran teks, lainnya. Tujuan utama penyusunannya adalah untuk menentukan struktur dan tata letak setiap elemen yang akan dirancang dalam desain. [SHI21]

b. *High-Fidelity*

High-Fidelity merupakan pengembangan dari *Low-Fidelity*. Perbedaan mendasar antara keduanya terletak pada penerapan warna dan skala yang telah dimasukkan ke dalam rancangan desain. *High fidelity* menyajikan struktur dan tata letak desain secara lebih rinci, sehingga mencerminkan gambaran yang mendekati bentuk akhir dari rancangan desain tersebut. [SHI21]

5. *Test* (Pengujian)

Test (menguji) solusi yang telah dihasilkan. *Test* adalah tahapan validasi *prototype* kepada pengguna untuk mengevaluasi asumsi awal dan meminimalkan kesalahan sebelum produk dipasarkan. Pada tahap ini dilakukan pengujian dilakukan menyeluruh dimana hasil evaluasi akan digunakan sebagai perbaikan produk untuk memastikan solusi yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

2.1.4 *Usability*

Usability adalah salah satu aspek dalam bidang *Human Computer Interaction* (HCI) yang mempelajari desain antarmuka serta interaksi antara manusia dan komputer. Kajian mengenai *Usability* fokus pada pengalaman pengguna dalam mempelajari dan menggunakan teknologi, aplikasi, atau situs web tertentu. Indikator *Usability* digunakan untuk menilai sejauh mana kepuasan pengguna dalam mencapai tujuan menggunakan teknologi atau aplikasi tersebut. Keberhasilan suatu aplikasi atau teknologi dapat diukur dari sejauh mana aplikasi memberikan kualitas layanan yang baik kepada pengguna, serta mengurangi potensi kesalahan yang terjadi, dengan demikian memudahkan proses penggunaan aplikasi. [JSA20].

2.1.5 *User Interface (UI)*

User Interface (UI) adalah bagian dari komputer dan perangkat lunak yang dapat dilihat, didengar, disentuh, dan diinteraksikan secara langsung oleh manusia. UI merupakan aspek visual dan interaktif dari suatu sistem yang menjadi jembatan antara pengguna dan fungsi aplikasi. UI harus dirancang agar intuitif, mudah dipahami, konsisten, dan estetis. UI mencakup seluruh elemen visual seperti tata letak, warna, ikon, tipografi, tombol, serta komponen interaksi lainnya yang ditampilkan pada layar. *User Interface* adalah bukan hanya sebuah warna, dan bentuk, melainkan tentang bagaimana menyajikan alat (tools) yang tepat kepada pengguna untuk bisa mencapai tujuannya. [SHP10].

Untuk merancang *User Interface* secara efektif, terdapat beberapa prinsip dasar yang perlu diperhatikan didalam merancang antarmuka, seperti yang diuraikan oleh Galitz [WIW21] antara lain

- a. *Aesthetically pleasing* (Estetika yang menarik)

Tampilan Antarmuka perlu dirancang dengan memperhatikan estetika yang menarik, untuk mendukung pemahaman isi dan pesan yang ingin disampaikan

b. *Clarity* (kejelasan)

Tampilan Antarmuka perlu dirancang dengan kejelasan visual, konseptual, dan struktural bahasa yang mencakup elemen visual, fungsi, metafora, kata dan penulisan.

c. *Comprehensibility* (pemahaman)

Tampilan Antarmuka perlu dirancang untuk memudahkan pengguna memahami Tindakan apa yang perlu dilakukan, kapan, di mana dan mengapa Tindakan tersebut penting dalam sistem

d. *Configurability* (kemudahan konfigurasi)

Tampilan Antarmuka perlu dirancang untuk memudahkan pengguna untuk melakukan personalisasi dengan mudah melalui fitur-fitur yang ada.

e. *Consistency* (konsistensi)

Tampilan Antarmuka perlu dirancang agar konsisten, sehingga pengguna dapat dengan mudah memahami dan memprediksi fungsinya tanpa harus belajar dari awal.

f. *Efficiency* (efisiensi)

Tampilan antarmuka perlu dirancang agar penggunaan layanan efisien, mengurangi waktu dan usaha yang diperlukan oleh pengguna.

g. *Familiarity* (keakraban)

Tampilan antarmuka perlu dirancang agar layanan disesuaikan dengan perilaku pengguna, meningkatkan rasa familiaritas dan kenyamanan saat digunakan.

h. *Flexibility* (fleksibilitas)

Tampilan antarmuka perlu dirancang agar layanan responsif terhadap kebutuhan individu dan dapat menyesuaikan diri dengan berbagai permintaan pengguna.

i. *Responsiveness* (responsivitas)

Tampilan antarmuka perlu dirancang agar cepat menanggapi permintaan pengguna, memberikan masukan yang jelas dan segera.

j. *Simplicity* (kesederhanaan)

Tampilan antarmuka perlu dirancang agar sederhana, mengeliminasi elemen yang tidak perlu dan memfokuskan pada fungsi penting untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi penggunaan.

2.1.6 **User Experience (UX)**

User Experience atau Pengalaman Pengguna (UX) adalah bagaimana pengguna merasakan dan menanggapi saat menggunakan atau memikirkan tentang suatu produk, sistem, atau layanan.

Jadi, UX tidak hanya tentang fungsi teknis saja, tapi juga melibatkan emosi, kenyamanan, dan kepuasan psikologis pengguna. [GAR11]. Hal ini sangat bergantung kepada persepsi dan pemikiran individu yang berhubungan dengan sistem dan apa yang mereka rasakan saat menggunakan produk [WIW21]. UX berfokus pada pengalaman pengguna secara Keseluruhan. Menurut International Organization for Standardization (ISO) 9241-210, UX merupakan persepsi dan tanggapan pengguna pada produk, sistem, atau layanan tertentu. *User Experience* (UX) tidak dapat dirancang secara langsung seorang desainer; namun, seorang desainer dapat menciptakan produk yang mendukung pengalaman pengguna yang baik.

2.1.7 *Prototype*

Prototype adalah tahapan pengembangan ide menjadi bentuk fisik produk awal yang bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan pengguna pada fase ini dikembangkan beberapa versi prototipe dengan skala yang lebih kecil tetapi memuat fitur-fitur untuk dapat diuji oleh pengguna pada tahap berikutnya.

a. *Low-Fidelity*

Low-Fidelity merupakan kerangka dasar yang digunakan sebagai tahap awal dalam proses perancangan desain. Wireframe ini tidak mencakup penggunaan warna, ukuran teks, maupun elemen 2-8 detail lainnya. Tujuan utama penyusunannya adalah untuk menentukan struktur dan tata letak setiap elemen yang akan dirancang dalam desain. [SHI21]

b. *High-Fidelity*

High-Fidelity merupakan pengembangan dari *Low-Fidelity*. Perbedaan mendasar antara keduanya terletak pada penerapan warna dan skala yang telah dimasukkan ke dalam rancangan desain. High fidelity menyajikan struktur dan tata letak desain secara lebih rinci, sehingga mencerminkan gambaran yang mendekati bentuk akhir dari rancangan desain tersebut. [SHI21]

2.1.8 *Perancangan*

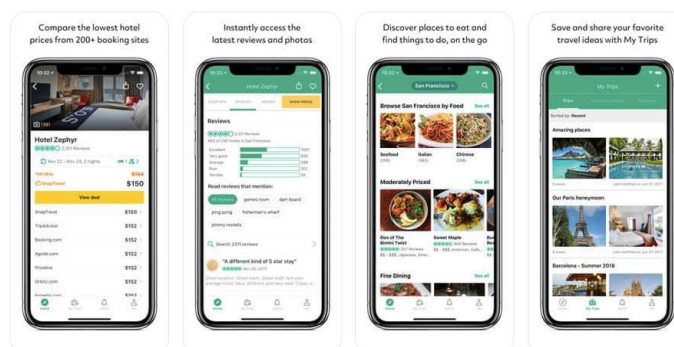
Perancangan merupakan tahap awal dalam proses pengembangan sistem yang berfungsi untuk menyusun rencana dan gambaran kerja sistem dalam bentuk bagan alir (flowchart) yang menunjukkan alur proses secara terstruktur. [ADN24] Selain itu, perancangan juga mencakup pemilihan alternatif solusi terbaik dengan tujuan untuk mendesain sistem baru yang mampu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Melalui proses ini, berbagai aktivitas atau pekerjaan dapat dilakukan dengan lebih mudah, terorganisir, dan terstruktur sesuai dengan kebutuhan yang telah dilakukan. [AUL24]

2.1.9 Aplikasi Rekomendasi

Aplikasi rekomendasi merupakan suatu sistem informasi yang dirancang untuk memberikan rekomendasi atau saran *item* yang relevan kepada pengguna, dengan tujuan membantu mereka dalam proses pengambilan keputusan ketika berhadapan dengan banyak pilihan yang tersedia. Sistem Rekomendasi adalah perangkat lunak yang mampu menyediakan saran yang berguna untuk membantu pengguna dalam berbagai aktivitas pengambilan keputusan, misalnya memilih produk, film, atau layanan tertentu berdasarkan preferensi pengguna[REA11]. Sistem ini bekerja dengan memanfaatkan data preferensi pengguna atau konteks tertentu untuk menyaring informasi yang relevan, sehingga rekomendasi yang diberikan lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan individu. Dalam konteks aplikasi *mobile* berbasis rekomendasi, sistem rekomendasi berfungsi untuk menyederhanakan pilihan pengguna dalam memilih *item* yang sesuai dengan keinginan mereka, seperti tempat makan, destinasi wisata, atau layanan lainnya, tanpa harus meninjau keseluruhan item secara konvensional. Dengan demikian, aplikasi rekomendasi berperan penting sebagai alat bantu pengambil keputusan yang efisien dan responsif terhadap kebutuhan pengguna

2.1.10 Aplikasi Mobile

Aplikasi *mobile* adalah perangkat lunak yang dirancang khusus untuk dijalankan pada perangkat bergerak seperti smartphone untuk membantu pengguna dalam melakukan berbagai aktivitas secara efisien, cepat, dan fleksibel. Aplikasi *mobile* menyediakan antarmuka interaktif yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara langsung dengan fungsi aplikasi sesuai kebutuhan. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa aplikasi *mobile* sebagai referensi dalam perancangan aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* berbasis *mobile*, yaitu TripAdvisor, Roamy, dan ParkSnacker. Ketiga aplikasi tersebut dipilih karena memiliki kesamaan dalam memberikan informasi tempat, rekomendasi lokasi, serta pengalaman pengguna dalam menemukan destinasi yang sesuai dengan preferensi mereka.



Gambar 2. 6 Referensi Aplikasi 1

Dalam aplikasi TripAdvisor, fitur yang digunakan sebagai acuan dalam perancangan adalah sistem rating dan *Review* dari pengguna, serta penyajian informasi tempat secara lengkap seperti foto,

lokasi, dan ulasan pengunjung. Fitur ini menjadi referensi penting dalam perancangan karena dapat membantu pengguna dalam mengambil keputusan berdasarkan pengalaman pengguna lain.

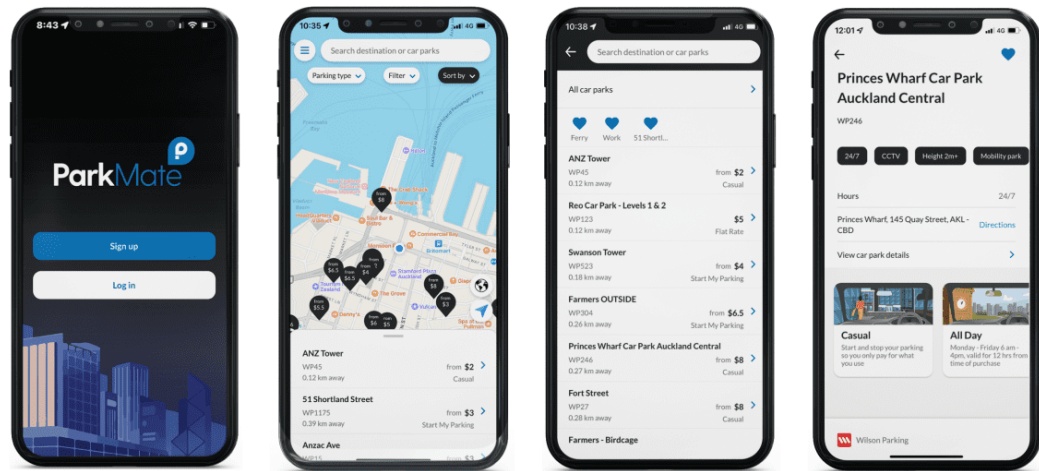
Tampilan antarmuka pada aplikasi TripAdvisor menyajikan informasi secara terstruktur dan mudah dipahami, dengan penggunaan elemen visual seperti gambar tempat dan penilaian bintang (rating). Selain itu, adanya kategori dan ulasan yang detail memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kualitas suatu tempat.

Penggunaan desain pada aplikasi ini cenderung sederhana dan informatif, sehingga memudahkan pengguna dalam mengeksplorasi informasi. Hal ini menjadi acuan dalam merancang tampilan aplikasi agar mampu menyajikan informasi *Coffee Shop* secara jelas, terstruktur, dan mudah diakses oleh pengguna.



Gambar 2. 7 Referensi Aplikasi 2

Dalam aplikasi Roamy, fitur yang digunakan sebagai acuan adalah fitur pencarian dan rekomendasi tempat berdasarkan lokasi serta preferensi pengguna. Aplikasi ini menampilkan daftar tempat dengan informasi seperti jarak, kategori, dan visualisasi gambar yang menarik. Tampilan antarmuka Roamy mengedepankan desain yang sederhana dan intuitif, sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan eksplorasi tempat. Penggunaan navigasi yang jelas serta penyusunan informasi dalam bentuk daftar (list) menjadi referensi dalam perancangan aplikasi pada penelitian ini. Selain itu, penggunaan warna yang minimalis dan modern memberikan kesan bersih dan nyaman saat digunakan. Hal ini menjadi acuan dalam merancang antarmuka aplikasi yang tidak membingungkan pengguna serta tetap menarik secara visual.



Gambar 2. 8 Referensi Aplikasi 3

Dalam aplikasi ParkSnacker atau dulu yang di kenal dengan ParkMate, fitur yang dijadikan referensi adalah penyajian informasi tempat secara detail serta penggunaan sistem filter untuk mempermudah pengguna dalam menemukan tempat sesuai kebutuhan. Informasi yang ditampilkan meliputi deskripsi tempat, fasilitas, serta ulasan dari pengguna lain.

Tampilan antarmuka ParkSnacker menggunakan pendekatan card layout yang memudahkan pengguna dalam membaca informasi secara cepat dan terstruktur. Selain itu, fitur filter dan kategori yang tersedia menjadi referensi penting dalam merancang fitur filter pada aplikasi rekomendasi *Coffee Shop*, seperti berdasarkan harga, fasilitas, dan suasana.

Penggunaan elemen visual seperti ikon dan gambar juga membantu meningkatkan pengalaman pengguna dalam memahami informasi yang ditampilkan. Hal ini menjadi acuan dalam merancang aplikasi agar lebih interaktif dan mudah digunakan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu disampaikan sebagai rujukan utama dalam tugas akhir. Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Berikut adalah daftar penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dan mendukung tugas akhir ini :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Peneliti	Hasil
1.	Perancangan <i>User Experience</i> Aplikasi E-Commerce	Muhammad Aulia Asshiddiqie, Caca E. Supriana [MAA23]	Hasilnya rancang ulang berupa prototipe aplikasi yang lebih intuitif,

	Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>		memudahkan navigasi, serta sesuai kebutuhan pengguna.
2.	Implementasi Metode <i>Design Thinking</i> Dalam Perancangan UI/UX Aplikasi “Resep Kita”	Greghard Shawenner et al. [SHA24]	Menghasilkan antarmuka aplikasi yang lebih intuitif dan meningkatkan <i>Usability</i> pengguna.
3.	Aplikasi Android Pencarian <i>Coffee Shop</i> Terbaik Menggunakan Metode <i>Weighted Product</i>	Hasbiyah, N. et al. [HAS21]	Menghasilkan aplikasi Android yang merekomendasikan <i>Coffee Shop</i> terbaik berdasarkan kriteria rasa, harga, pelayanan, suasana, dan jarak, dilengkapi informasi lokasi; diuji dengan <i>black-box</i> dan UAT.
4.	Perancangan UI/UX <i>Design</i> Aplikasi <i>Coffee Care</i> dengan Metode <i>Design Thinking</i> Berbasis <i>Mobile App</i> pada Café Proof.co	Pangestuti, R. A. et al. [PAN24]	Menghasilkan rancangan aplikasi yang memberikan rekomendasi menu dan kafe bagi pengguna dengan alergi; skor SUS meningkat dari 72,5 menjadi 81 setelah perbaikan berdasarkan <i>heuristic evaluation</i> .
5.	Sistem Rekomendasi Kedai Kopi di Kota Surakarta dengan Kategori Fasilitas Menggunakan <i>Item-Based Collaborative Filtering</i>	Putro, B. C. et al. [PUT26]	Menghasilkan sistem rekomendasi kedai kopi berbasis web berdasarkan fasilitas dan konsep bangunan; uji validitas pada skenario preferensi WFC–modern menghasilkan akurasi 85,7%, <i>precision</i> 60%, <i>recall</i> 75%, dan <i>F1-score</i> 67%.

Berdasarkan pada tabel 2.1 terdapat beberapa literatur yang dapat diambil untuk tugas akhir ini. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Aulia Asshiddiqie dan Caca E. Supriana dengan judul “Perancangan *User Experience* Aplikasi E-Commerce Menggunakan Metode *Design Thinking*”. Fokus dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pengalaman pengguna di aplikasi e-commerce lewat pendekatan *Design Thinking*. Hasilnya menunjukkan bahwa prototipe aplikasi yang dirancang ulang menjadi lebih intuitif, dengan navigasi yang lebih jelas dan lebih cocok dengan apa yang dibutuhkan pengguna.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Shawenner et al. dengan judul “Implementasi Metode *Design Thinking* Dalam Perancangan UI/UX Pada Aplikasi Resep Kita” [SHA24]. Penelitian tersebut menerapkan lima tahapan *Design Thinking* dalam perancangan UI/UX dan menghasilkan antarmuka yang lebih intuitif serta meningkatkan *Usability* pengguna. Penelitian ini menjadi referensi dalam penerapan *Design Thinking* pada proses perancangan UI/UX aplikasi.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Hasbiyah et al. dengan judul “Aplikasi Android Pencarian *Coffee Shop* Terbaik Menggunakan Metode *Weighted Product*” [HAS21]. Penelitian ini membangun aplikasi Android yang membantu pengguna memilih *Coffee Shop* di Kabupaten Sleman berdasarkan kriteria rasa, harga, pelayanan, suasana, dan jarak, kemudian menampilkan hasil perankingan beserta lokasi *Coffee Shop*. Pengujian dilakukan menggunakan metode *black-box* dan *User Acceptance Testing* (UAT). Penelitian tersebut menyarankan penambahan fitur komentar untuk ulasan pengguna serta pemanfaatan lokasi riil pengguna, yang pada penelitian ini diwujudkan melalui fitur *review* dan *rating* serta fitur *Coffee Shop Nearby*.

Penelitian oleh Pangestuti et al. dengan judul “Perancangan UI/UX *Design* Aplikasi *Coffee Care* dengan Metode *Design Thinking* Berbasis *Mobile App* pada Café Proof.co” [PAN24] merancang aplikasi yang membantu pengguna dengan alergi dalam memilih menu serta memperoleh rekomendasi kafe yang menyediakan opsi penggantian bahan. Pengujian dilakukan menggunakan *heuristic evaluation* dan *System Usability Scale* (SUS) dalam dua iterasi, dengan skor SUS yang meningkat dari 72,5 menjadi 81 setelah dilakukan perbaikan desain. Penelitian ini menunjukkan bahwa metode *Design Thinking* dapat diterapkan pada perancangan aplikasi yang memuat fitur rekomendasi kafe dan dievaluasi secara langsung oleh pengguna.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Putro et al. dengan judul “Sistem Rekomendasi Kedai Kopi di Kota Surakarta dengan Kategori Fasilitas Menggunakan *Item-Based Collaborative Filtering*” [PUT26]. Penelitian ini membangun sistem rekomendasi kedai kopi berbasis web yang menyaring rekomendasi berdasarkan kategori fasilitas, seperti *smoking room*, *meeting room*, *outdoor space*, dan *working-friendly cafe* (WFC), serta konsep bangunan. Pengujian validitas dilakukan menggunakan *confusion matrix* pada skenario preferensi WFC dengan konsep bangunan modern dan menghasilkan akurasi 85,7%, *precision* 60%, *recall* 75%, serta *F1-score* 67%. Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa pengujian pengguna secara langsung belum dilakukan.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, penelitian sistem rekomendasi *Coffee Shop* [HAS21], [PUT26] lebih berfokus pada metode perhitungan rekomendasi serta pengujian fungsional dan validitas sistem, sedangkan penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking* berfokus pada perancangan UI/UX aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* di Kota Bandung menggunakan metode *Design Thinking* yang menggabungkan fitur rekomendasi berbasis preferensi pengguna (*Best Match*), informasi *Coffee Shop* yang terstandarisasi, serta fitur perencanaan aktivitas bersama “Ngopi Bareng”, kemudian dievaluasi secara langsung kepada pengguna melalui *usability testing*.

BAB 3

SKEMA PENELITIAN

Bab 3 ini berisi gambaran detail terkait gagasan tugas akhir, serta penjelasan detail tentang produk yang ingin di buat. Bab ini dimulai dari penjelasan terkait alur penyelesaian tugas akhir, analisis persoalan dan solusi yang di tawarkan, hingga menyajikan kerangka berpikir teoritis dari produk yang akan dibangun dan profil objek penelitiannya,

3.1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir

Alur penelitian merupakan kerangka pengerjaan tugas akhir yang menjelaskan mengenai tahapan dan Langkah detail dari pengerjaan tugas akhir. Pada tugas akhir ini, alur penelitian dibagi menjadi 3 komponen yaitu :

1. Tahap, adalah komponen yang berisi gambaran yang akan di kerjakan dalam tugas akhir.
2. Langkah, adalah komponen yang berisi hal-hal yang akan di kerjakan dalam tugas akhir yang disesuaikan dengan metode yang digunakan.
3. Literatur atau referensi, adalah komponen yang berisi sumber pengetahuan yang dijadikan landasan dalam mengerjakan tugas akhir.

Terdapat 5 tahap dalam pengerjaan tugas akhir ini, meliputi : tahap perencanaan, tahap analisis, tahap perancangan, tahap implementasi dan tahap penetapan simpulan. Alur penelitian selengkapanya dapat di lihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir

Tahap dan Hasil	Langkah Penelitian	Literatur & Referensi
Tahap 1 : Menentukan topik tugas akhir dan identifikasi masalah yang terdapat pada topik tugas akhir. (memahami masalah topik tugas akhir, tujuan tugas akhir, dan lingkup tugas akhir) Hasil : Dokumentasi masalah dan tujuan tugas akhir. Kontribusi : Berguna sebagai acuan dalam menentukan teori dan teknologi dalam menyelesaikan tugas akhir.	<pre> graph TD A[Menentukan topik tugas akhir] <--> B[Membuat latar belakang terhadap topik yang di pilih] B --> C[Mengidentifikasi masalah yang akan di selesaikan berkaitandengan tugas akhir] C --> D[Menentukan tujuan tugas akhir dan lingkup tugas akhir] D --> E{{1}} </pre>	UI/UX Design [MAA23]. <i>Design Thinking</i> [SHA24]. Sistem Rekomendasi [HAS21], [PUT26]. Aplikasi <i>Mobile</i> [JAI21].

Tahap 2 : Pengumpulan data dan studi literatur. Hasil : Mendapatkan data-data dan Pola Pemikiran teoritis sebagai dasar penelitian. Kontribusi : Berguna untuk memahami konsep-konsep yang akan digunakan pada tahap perancangan.	Memahami konsep penelitian tugas akhir dengan cara mencari dan mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan penelitian tugas akhir dan mempelajari topik atau persoalan serupa dari penelitian terdahulu. <pre> graph TD A[Memahami konsep penelitian tugas akhir dengan cara mencari dan mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan penelitian tugas akhir dan mempelajari topik atau persoalan serupa dari penelitian terdahulu.] --> B{{2}} </pre>	User Interface & User Experience [MAA23]. <i>Design Thinking</i> [SHA24], [PAN24], [ISM25]. Sistem Rekomendasi [HAS21], [PUT26]. Aplikasi <i>Mobile</i> [JAI21]. Penelitian terdahulu [MAA23], [SHA24], [HAS21], [PAN24], [PUT26].
Tahap 3 : Analisis Hasil : Model Proses sistem yang sesuai dengan topik tugas akhir. Kontribusi : Berguna sebagai acuan dalam perancangan <i>User Experience</i> aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i>.	<pre> graph TD A[Analisis model proses yang sesuai dengan topik tugas akhir] --> B[Analisis sistem yang sesuai dengan topik tugas akhir.] B --> C{{3}} </pre>	Observasi dan wawancara [INI23]. Empathy Map [YNS24], [TEO25]. User Persona [WIW21]. User Journey [ANU24].
Tahap 4 : Perancangan Hasil : <i>Prototype</i> aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> berbasis <i>Mobile</i>. Kontribusi : Berguna sebagai acuan demonstrasi aplikasi	<pre> graph TD A[Empathize] --> B[Define] B --> C[Ideate] C --> D[Prototype] D --> E[Test] E --> F[] </pre>	1. <i>Design Thinking</i> (Ideate, Prototype, Test) [SHA24], [PAN24]. 2. UI/UX Design Principles [MAA23], [NIE20], [JNI24]. 3. Prototyping Tools (Figma) [SHI21]. 4. Usability Testing [JNI94], [RUB18].

Tahap 5 : Kesimpulan dan Saran Tugas akhir Hasil : Kesimpulan dan Hasil Tugas Akhir	4 Kesimpulan dan Saran	—
--	---	---

3.2 Perumusan Masalah

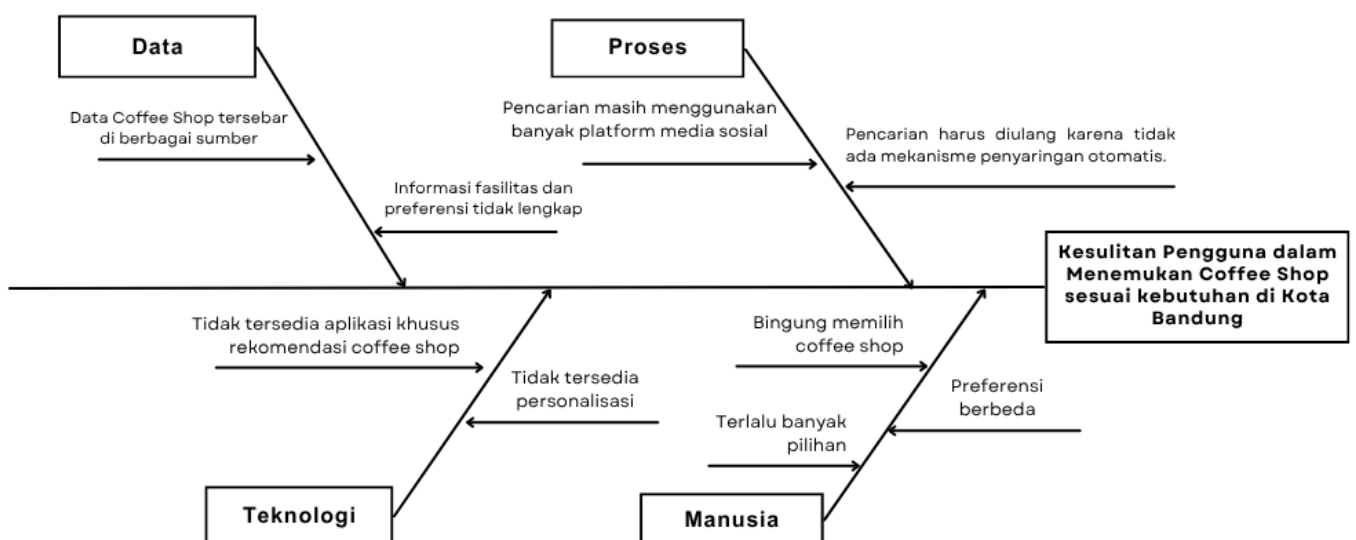
Perumusan masalah dilakukan untuk mengidentifikasi penyebab dari permasalahan dan untuk mengetahui hubungan sebab akibat permasalahan dan hubungan dari analisis masalah dengan solusi Tugas Akhir agar mengetahui ketepatan Solusi dalam menyelesaikan permasalahan tugas akhir. Perumusan masalah terbagi menjadi 2 kelompok, yaitu :

1. Identifikasi sebab atau akibat dan penyebab masalah
2. Solusi yang dimungkinkan terkait dengan penyebab-penyebab yang sudah berhasil di petakan pada bagian pertama

Pernyataan dari bab ini disampaikan dengan menggunakan diagram fishbone.

3.2.1 Analisis Sebab Akibat

Analisis sebab – akibat ini bertujuan untuk mengetahui ketepatan solusi terhadap permasalahan pada peneliti tugas akhir. Sehingga permasalahan yang disebutkan dapat diselesaikan dengan solusi yang tepat. Tahap analisis pada bagian ini menggunakan cause and effect atau dikenal juga dengan nama *Fishbone* diagram. Gambar 3.1 menunjukkan diagram *Fishbone* yang digunakan untuk menganalisis permasalahan pada tugas akhir.



Gambar 3. 1 Diagram *Fishbone* Analisis Sebab Akibat

Berdasarkan *Fishbone* analisis sebab akibat pada gambar 3.1 bisa didefinisikan sebagai berikut

1. Manusia

Permasalahan pada aspek manusia adalah pengguna mengalami kebingungan dalam memilih *Coffee Shop* yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pilihan *Coffee Shop* yang tersedia di Kota Bandung serta adanya perbedaan preferensi setiap pengguna, seperti kebutuhan tempat untuk bekerja, belajar, atau bersantai. Akibatnya, pengguna sering merasa kesulitan dalam menentukan pilihan yang paling sesuai.

2. Proses

Permasalahan pada aspek proses adalah pencarian *Coffee Shop* masih dilakukan melalui berbagai *platform* terpisah seperti media sosial dan aplikasi peta, sehingga tidak terarah dan kurang efisien dalam menemukan informasi yang relevan. Selain itu, apabila hasil pencarian belum sesuai dengan kebutuhan, pengguna harus mengulang kembali proses pencarian karena belum tersedia mekanisme penyaringan otomatis yang dapat menyaring pilihan sesuai kriteria pengguna.

3. Teknologi

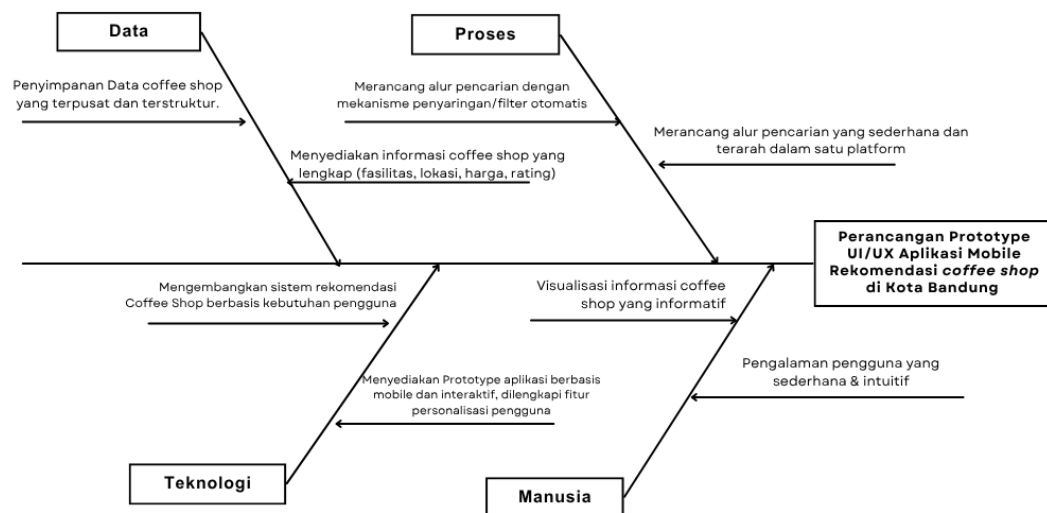
Permasalahan pada aspek teknologi adalah belum tersedianya aplikasi khusus yang dapat memberikan rekomendasi *Coffee Shop* secara terintegrasi, termasuk belum adanya sistem rekomendasi berbasis kebutuhan pengguna. Selain itu, sistem yang ada juga belum menyediakan fitur personalisasi yang dapat menyesuaikan hasil rekomendasi dengan preferensi masing-masing pengguna.

4. Data

Permasalahan pada aspek data adalah data *Coffee Shop* belum terpusat dalam satu sistem dan informasi yang tersedia masih belum lengkap, khususnya terkait fasilitas yang disediakan. Hal ini menyebabkan pengguna kesulitan dalam mendapatkan informasi yang akurat dan menyeluruh.

3.2.2 Solusi Masalah

Berdasarkan akar masalah pada subbab sebelumnya, solusi dari penelitian terdapat pada Gambar 3.2 menunjukkan diagram *Fishbone* yang digunakan untuk solusi dari masalah pada tugas akhir, adalah sebagai berikut :



Gambar 3. 2 Diagram *Fishbone* Solusi Masalah

Berdasarkan *Fishbone* solusi masalah tugas akhir pada gambar 3.2 bisa didefinisikan sebagai berikut:

1. Manusia

Solusi pada aspek manusia adalah merancang visualisasi informasi *Coffee Shop* yang informatif serta pengalaman pengguna (*User Experience*) yang sederhana dan intuitif. Dengan tampilan yang mudah dipahami, pengguna diharapkan dapat lebih cepat dan yakin dalam menentukan *Coffee Shop* yang sesuai dengan kebutuhannya, tanpa merasa kebingungan di tengah banyaknya pilihan yang tersedia.

2. Proses

Solusi pada aspek proses adalah merancang alur pencarian yang dilengkapi mekanisme penyaringan (filter) otomatis, sehingga pengguna dapat langsung menyaring pilihan *Coffee Shop* sesuai kriteria yang diinginkan tanpa perlu mengulang proses pencarian secara manual. Selain itu, alur pencarian dirancang secara sederhana dan terarah dalam satu *platform*, sehingga pengguna tidak perlu lagi berpindah-pindah antara media sosial dan aplikasi peta untuk memperoleh informasi.

3. Teknologi

Solusi pada aspek teknologi adalah mengembangkan sistem rekomendasi *Coffee Shop* berbasis kebutuhan pengguna, yang dilengkapi fitur personalisasi untuk menyesuaikan hasil rekomendasi dengan preferensi masing-masing pengguna. Solusi ini diwujudkan melalui perancangan Prototype aplikasi berbasis *mobile* yang interaktif, sehingga fungsi rekomendasi dan personalisasi tersebut dapat langsung dirasakan oleh pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi.

4. Data

Solusi pada aspek data adalah menyediakan penyimpanan data *Coffee Shop* yang terstruktur dalam satu sistem, sehingga seluruh informasi dapat dikelola secara konsisten. Selain itu, sistem dirancang untuk menyediakan informasi *Coffee Shop* yang lengkap, meliputi fasilitas, lokasi, harga, dan rating, sehingga pengguna dapat memperoleh informasi yang akurat dan menyeluruh sebelum menentukan pilihan.

3.3 Gambaran Produk Tugas Akhir

Gambaran Produk tugas akhir ini adalah perancangan antarmuka pengguna (UI/UX) untuk aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* di Kota Bandung yang berbasis *mobile*, menggunakan metode *Design Thinking*. Tujuan utamanya adalah untuk membuat aplikasi yang bisa membantu pengguna menemukan *Coffee Shop* yang cocok dengan kebutuhan dan preferensi mereka, seperti suasana, fasilitas, harga, dan lokasi.

Desain aplikasi ini mencakup fitur-fitur utama seperti pencarian *Coffee Shop*, filter sesuai preferensi pengguna, tampilan informasi *Coffee Shop* yang terstruktur, dan integrasi peta lokasi. Dengan pendekatan yang berfokus pada kebutuhan pengguna, diharapkan hasil perancangan ini bisa meningkatkan pengalaman pengguna dalam memilih *Coffee Shop* di Bandung dengan cara yang lebih efektif dan efisien.

3.4 Profil Penelitian

Pada Bagian ini, terdapat dua profil yang mendeskripsikan penelitian yaitu profil tempat penelitian dan subjek penelitian.

3.4.1 Profil Tempat Penelitian

Objek penelitian dalam tugas akhir ini adalah beberapa *Coffee Shop* di Kota Bandung yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan objek berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan kebutuhan pengguna dalam mencari *Coffee Shop*, khususnya untuk aktivitas *Work From Cafe* (WFC) dan mengerjakan tugas. Kelima *Coffee Shop* yang dipilih merepresentasikan variasi karakteristik yang umum menjadi pertimbangan pengguna, yaitu dari segi harga, kapasitas tempat, dan jam operasional. Data *Coffee Shop* yang digunakan dalam penelitian ini disusun dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 3.2 Daftar Coffee Shop

No	Nama <i>Coffee Shop</i>	Alamat
1.	Bagikopi	Jl. Ciumbuleuit No.106a, Ciumbuleuit, Kec. Cidadap, Kota Bandung, Jawa Barat 40142
2.	Ekara Coffee	Jl. Bukit Jarian No.17, Hegarmanah, Kec. Cidadap, Kota Bandung, Jawa Barat 40141

3.	Cloudpath Coffee	Jl. Siliwangi No.14, Hegarmanah, Kec. Cidadap, Kota Bandung, Jawa Barat 40131
4.	Cold n Brew	Jl. Sukawangi No.5, Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40141
5.	Jabarano Coffee	Jl. Lengkong Besar No.58, Cikawao, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40261

Berdasarkan Tabel 3.2, lima Coffee Shop yang digunakan sebagai objek penelitian dipilih untuk merepresentasikan variasi karakteristik tempat yang menjadi pertimbangan pengguna, seperti lokasi, harga, kapasitas, dan jam operasional. Data tersebut menjadi dasar dalam memahami objek penelitian dan kebutuhan pengguna terhadap informasi Coffee Shop.

3.4.2 Profil Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna (customer) *Coffee Shop* yang berdomisili atau beraktivitas di Kota Bandung serta memiliki pengalaman dalam mengunjungi *Coffee Shop*. Subjek penelitian ini dibatasi pada profesi tertentu dari mahasiswa, pekerja (*Work From Café/WFC*), serta *freelancer* atau *remote worker*. Pemilihan subjek ini didasarkan pada karakteristik ketiga kelompok tersebut yang memiliki intensitas dan kebutuhan yang tinggi terhadap penggunaan *Coffee Shop*, baik untuk bekerja, belajar, maupun bersantai. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdomisili atau beraktivitas di Kota Bandung.
2. Memiliki pengalaman mengunjungi *Coffee Shop* dalam kurun waktu tertentu (misalnya 3–6 bulan terakhir).
3. Menggunakan perangkat smartphone dalam aktivitas sehari-hari.
4. Pernah mencari informasi terkait *Coffee Shop* melalui *platform* digital (seperti *Google Maps* atau media sosial).
5. Memiliki tujuan tertentu dalam mengunjungi *Coffee Shop* (seperti bekerja, belajar, atau bersantai).

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui metode wawancara dan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria tersebut, guna memahami kebutuhan, preferensi, serta permasalahan pengguna dalam mencari *Coffee Shop*, sekaligus sebagai dasar dalam merancang aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

3.4.3 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam tugas akhir ini adalah perancangan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) aplikasi *mobile* rekomendasi *Coffee Shop* di Kota Bandung bernama "CariKopi". Fokus penelitian meliputi:

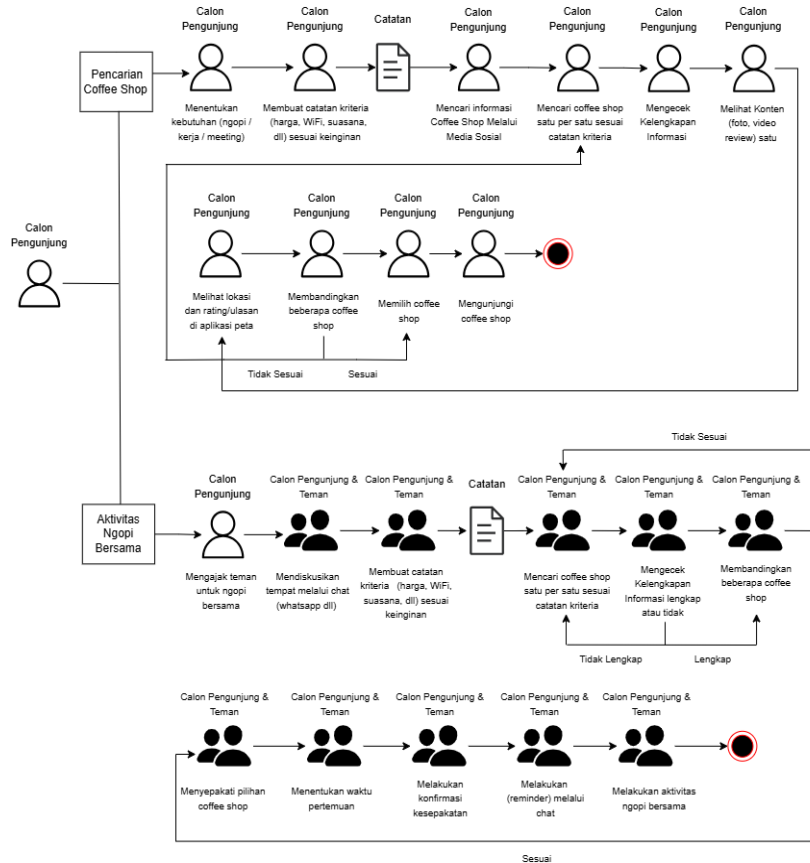
- Penyajian informasi *Coffee Shop* melalui halaman beranda yang menampilkan rekomendasi, pencarian, dan detail *Coffee Shop*.
- Perancangan alur pencarian dan rekomendasi *Coffee Shop* yang meliputi filter berdasarkan preferensi pengguna, integrasi peta lokasi, dan penyimpanan favorit.
- Penyajian fitur perencanaan aktivitas bersama yang meliputi pembuatan event "Ngopi Bareng", pengundangan teman, dan pengingat (reminder) pertemuan.
- Perancangan antarmuka aplikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna berdasarkan hasil observasi dan wawancara.

Penelitian ini tidak mencakup tahap implementasi aplikasi secara penuh, melainkan menghasilkan *Prototype High-Fidelity* sebagai rancangan UI/UX yang dibuat berdasarkan kebutuhan pengguna.

3.4.4 Analisis Alur Aktivitas

Analisis alur aktivitas dilakukan untuk mengetahui proses pencarian dan penentuan *Coffee Shop* yang dilakukan calon pengunjung saat ini, baik secara individu maupun bersama teman.

Berdasarkan observasi, proses pencarian dan penentuan *Coffee Shop* masih dilakukan secara manual melalui penelusuran informasi di media sosial dan aplikasi peta, serta komunikasi langsung melalui aplikasi percakapan untuk berkoordinasi dengan teman.



Gambar 3. 3 Diagram *Workflow*

Proses tersebut berpotensi menimbulkan pemborosan waktu serta kesulitan dalam berkoordinasi menentukan tempat dan waktu pertemuan bersama. Oleh karena itu, dirancang aplikasi *mobile* rekomendasi *Coffee Shop* "CariKopi" yang dilengkapi fitur pencarian, filter, dan rekomendasi *Coffee Shop* berdasarkan preferensi pengguna, serta fitur perencanaan event "Ngopi Bareng" untuk menyederhanakan alur aktivitas tersebut.

3.4.5 Daftar Pelaku

Tabel 3.3 Daftar Pelaku

No	Pelaku	Penjelasan
1	Calon Pengunjung	Individu yang mencari dan menentukan <i>Coffee Shop</i> sesuai kebutuhan pribadi (ngopi, kerja, atau <i>meeting</i>) berdasarkan preferensinya.
2	Teman/Rekan	Pihak yang diajak untuk beraktivitas ngopi bersama, turut menentukan kriteria, menyepakati pilihan <i>Coffee Shop</i> , serta waktu pertemuan.

Berdasarkan Tabel 3.3, pelaku yang terlibat dalam aktivitas penelitian memiliki peran yang berbeda sesuai dengan proses penggunaan aplikasi. Identifikasi pelaku ini digunakan sebagai dasar untuk memahami interaksi, kebutuhan, dan aktivitas pengguna dalam perancangan aplikasi.

3.4.6 Penjelasan Alur Aktivitas

Berikut ini merupakan penjelasan lebih rinci mengenai alur aktivitas yang sedang berjalan pada proses pencarian *Coffee Shop* di Kota Bandung.

Tabel 3.4 Daftar Rincian Alur Aktivitas Pencarian *Coffee Shop* (Individu)

No	Aktivitas	Pelaku	Penjelasan
1	Menentukan kebutuhan	Calon Pengunjung	Calon pengunjung menentukan tujuan kunjungan, seperti untuk ngopi, kerja, atau <i>meeting</i> .
2	Membuat catatan kriteria	Calon Pengunjung	Calon pengunjung mencatat kriteria yang diinginkan, seperti harga, <i>Wi-Fi</i> , dan suasana, sesuai keperluannya.
3	Mencari informasi <i>Coffee Shop</i> melalui media sosial	Calon Pengunjung	Calon pengunjung menelusuri informasi <i>Coffee Shop</i> melalui <i>platform</i> media sosial seperti Instagram atau TikTok.
4	Mencari <i>Coffee Shop</i> satu per satu sesuai catatan kriteria	Calon Pengunjung	Calon pengunjung memeriksa satu per satu <i>Coffee Shop</i> yang ditemukan untuk dicocokkan dengan catatan kriteria.
5	Mengecek kelengkapan informasi	Calon Pengunjung	Calon pengunjung memastikan informasi yang tersedia (harga, fasilitas, jam operasional) sudah cukup lengkap.
6	Melihat konten pendukung	Calon Pengunjung	Calon pengunjung melihat foto, video, atau ulasan sebagai bahan pertimbangan.
7	Melihat lokasi dan rating/ulasan di aplikasi peta	Calon Pengunjung	Calon pengunjung mengecek lokasi serta rating dan ulasan melalui aplikasi peta digital.

8	Membandingkan beberapa <i>Coffee Shop</i>	Calon Pengunjung	Calon pengunjung membandingkan beberapa pilihan <i>Coffee Shop</i> yang telah ditemukan.
9	Memilih <i>Coffee Shop</i>	Calon Pengunjung	Calon pengunjung menentukan <i>Coffee Shop</i> yang paling sesuai dengan kriterianya.
10	Mengunjungi <i>Coffee Shop</i>	Calon Pengunjung	Calon pengunjung datang berkunjung ke <i>Coffee Shop</i> yang telah dipilih..

Berdasarkan Tabel 3.4 alur aktivitas yang berjalan saat ini, proses pencarian *Coffee Shop* secara individu masih dilakukan secara manual melalui penelusuran informasi di berbagai *platform* terpisah (media sosial dan aplikasi peta) yang tidak saling terintegrasi. Apabila hasil pencarian belum sesuai kriteria, calon pengunjung harus mengulang kembali proses pencarian, sehingga menyebabkan proses ini memakan waktu yang tidak sedikit. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan perancangan aplikasi *mobile* rekomendasi *Coffee Shop* "CariKopi" yang dilengkapi fitur pencarian, filter, dan rekomendasi berdasarkan preferensi pengguna sebagai media penyajian informasi yang terpusat.

Tabel 3.5 Daftar Rincian Alur Aktivitas Ngopi Bersama

No	Aktivitas	Pelaku	Penjelasan
1	Mengajak teman untuk ngopi bersama	Calon Pengunjung	Calon pengunjung mengajak teman untuk beraktivitas ngopi bersama.
2	Mendiskusikan tempat melalui <i>chat</i>	Calon Pengunjung & Teman	Calon pengunjung dan teman mendiskusikan pilihan <i>Coffee Shop</i> melalui aplikasi percakapan seperti <i>WhatsApp</i> .
3	Membuat catatan kriteria bersama	Calon Pengunjung & Teman	Calon pengunjung dan teman menyepakati kriteria <i>Coffee Shop</i> yang diinginkan (harga, <i>Wi-Fi</i> , suasana, dan lain-lain).
4	Mencari <i>Coffee Shop</i> satu per satu sesuai catatan kriteria	Calon Pengunjung & Teman	Masing-masing pihak mencari <i>Coffee Shop</i> sesuai catatan kriteria yang telah disepakati.
5	Mengecek kelengkapan informasi	Calon Pengunjung & Teman	Calon pengunjung dan teman memeriksa kelengkapan informasi <i>Coffee Shop</i> yang ditemukan.
6	Membandingkan beberapa <i>Coffee Shop</i>	Calon Pengunjung & Teman	Calon pengunjung dan teman membandingkan beberapa pilihan <i>Coffee Shop</i> yang telah dikumpulkan.
7	Menyepakati pilihan <i>Coffee Shop</i>	Calon Pengunjung & Teman	Calon pengunjung dan teman menentukan <i>Coffee Shop</i> tujuan berdasarkan hasil perbandingan.
8	Menentukan waktu pertemuan	Calon Pengunjung & Teman	Calon pengunjung dan teman menyepakati waktu pertemuan di <i>Coffee Shop</i> yang telah dipilih.
9	Melakukan konfirmasi kesepakatan	Calon Pengunjung & Teman	Calon pengunjung dan teman saling mengonfirmasi kesepakatan tempat dan waktu.
10	Melakukan pengingat (<i>reminder</i>) melalui <i>chat</i>	Calon Pengunjung & Teman	Calon pengunjung mengingatkan kembali teman menjelang waktu pertemuan melalui aplikasi percakapan.

11	Melakukan aktivitas ngopi bersama	Calon Pengunjung & Teman	Calon pengunjung dan teman melaksanakan pertemuan di <i>Coffee Shop</i> yang telah disepakati.
----	-----------------------------------	--------------------------	--

Berdasarkan Tabel 3.5 alur aktivitas yang berjalan saat ini, proses perencanaan aktivitas ngopi bersama masih dilakukan secara manual melalui komunikasi berulang di aplikasi percakapan, mulai dari diskusi tempat, kesepakatan kriteria, hingga pengingat pertemuan. Apabila *Coffee Shop* yang dibandingkan belum sesuai atau informasinya belum lengkap, proses pencarian harus diulang kembali, sehingga koordinasi antarpihak menjadi kurang efisien. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan perancangan aplikasi *mobile* rekomendasi *Coffee Shop* "CariKopi" yang menyediakan fitur perencanaan *event* "Ngopi Bareng" beserta pengingat (*reminder*) dalam satu media terintegrasi, sehingga proses koordinasi tidak perlu lagi dilakukan secara manual dan berulang

BAB 4

ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi mengenai perancangan desain aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* berbasis *mobile* menggunakan metode *Design Thinking*.

4.1 Analisis Menggunakan *Design Thinking*

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Design Thinking*, sebuah berpikir menyeluruh yang berfokus pada kebutuhan spesifik dengan pendekatan yang berpusat pada manusia (*Human Centered*).

4.2 *Empathize*

Empathize merupakan langkah awal dalam metode *Design Thinking*. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi dengan tujuan untuk memahami kebutuhan serta permasalahan pengguna aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* berbasis *mobile*. Kegiatan *Empathize* dilakukan kepada pengguna yang sering mengunjungi *Coffee Shop* di Kota Bandung dan menggunakan aplikasi *mobile* sebagai media pencarian informasi *Coffee Shop*.

4.2.1 Wawancara

Pada Tabel 4.1 disajikan hasil wawancara dengan responden 1 yang profesinya merupakan mahasiswa/Pelajar sebagai konsumen aktif *Coffee Shop*.

Tabel 4.1 Hasil Wawancara Dengan Responden 1

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Biasanya bagaimana cara kamu mencari <i>Coffee Shop</i> dan aplikasi apa yang kamu gunakan?	Biasanya saya cari di Google Maps dulu, lihat yang dekat dan ratingnya bagus. Kadang juga lihat di TikTok kalau lagi cari yang suasananya enak.
2.	Hal apa yang pertama kali kamu perhatikan saat melihat informasi <i>Coffee Shop</i> ?	Rating sama foto tempatnya, biar tahu kira-kira nyaman atau nggak.
3.	Menurut kamu, proses mencari <i>Coffee Shop</i> sekarang itu mudah atau sulit? Kenapa?	Masih cukup ribet, karena harus buka beberapa aplikasi dan bandingin sendiri.
4.	Pernah nggak kamu merasa salah memilih <i>Coffee Shop</i> ? Bisa ceritakan pengalamannya?	Pernah, waktu itu kondisinya sedang akhir bulan dimana untuk budget nongkrong itu mungkin pas-pasan, terus coba cari di Tiktok/Instagram rekomendasi <i>Coffee Shop</i> yang enak buat ngerjain tugas, dan disana tidak ada informasi terkait menu atau harganya hanya foto tempatnya, di foto keliatannya nyaman dan cocok untuk ngerjain tugas, akhirnya pergi kesana tetapi

		ternyata saat sampai disana harga nya over budgeting alhasil karna udah terlanjur mesan minuman ya mau ga mau harus tetap di bayar.
5.	Kendala apa yang paling sering kamu alami saat menentukan <i>Coffee Shop</i> ?	Kendala yang sering saya alami itu informasi yang tidak lengkap, terutama soal suasana dan fasilitas seperti Wi-Fi atau stop kontak.
6.	Informasi apa yang menurut kamu sering kurang jelas atau sulit ditemukan?	Informasi tentang harga, walaupun Sebagian udah ada yang posting di Instagram nya menu dan harga nya tetapi masih suka sulit sih di cari,
7.	Apakah kamu biasanya harus membuka beberapa aplikasi untuk membandingkan <i>Coffee Shop</i> ? Bagaimana menurut kamu proses tersebut?	Iya, biasanya saya buka Google Maps dan Instagram sekaligus. Prosesnya cukup memakan waktu karena harus cek satu per satu.
8.	Faktor apa yang paling penting buat kamu saat memilih <i>Coffee Shop</i> ?	Faktor paling penting itu Wi-Fi, stop kontak, suasana nyaman, dan harga yang masih terjangkau.
9.	Seberapa penting fasilitas seperti Wi-Fi dan stop kontak bagi kamu?	Sangat penting, karena sering bawa laptop atau HP untuk ngerjain tugas.
10.	Biasanya kamu ke <i>Coffee Shop</i> untuk keperluan apa?	Lebih sering buat nongkrong sama teman, tapi kadang juga buat ngerjain tugas atau belajar.
11.	Kalau mau ngopi atau kerja bareng teman, biasanya bagaimana cara menentukan tempatnya? Apakah mudah atau sulit?	Biasanya kami diskusi di grup chat, masing-masing kasih rekomendasi. Kadang agak lama karena beda-beda pilihan.
12.	Menurut kamu, informasi apa yang wajib ada di halaman detail <i>Coffee Shop</i> ?	Foto tempat, fasilitas, harga, lokasi, dan <i>Review</i> pengguna.
13.	Fitur seperti apa yang kamu butuhkan dalam aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> ?	Fitur filter berdasarkan harga, fasilitas, suasana, dan lokasi.
14.	Menurut kamu, bagaimana jika di dalam aplikasi terdapat fitur yang memungkinkan pengguna membuat atau bergabung dalam rencana ngopi, menentukan lokasi <i>Coffee Shop</i> , waktu pertemuan, serta mengundang teman atau orang lain? Apakah fitur tersebut akan membantu atau tidak? Jelaskan.	Menurut saya perlu, karena bisa mempermudah nentuin tempat tanpa harus diskusi lama.

15.	Apakah kamu tertarik menggunakan aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> jika tersedia?	Iya, saya tertarik, apalagi kalau bisa mempermudah dan informasinya lengkap.
-----	---	--

Penjelasan di Tabel 4.1 merupakan hasil wawancara dengan responden yang berprofesi sebagai mahasiswa atau pelajar yang aktif mengunjungi *Coffee Shop* di Kota Bandung. Berdasarkan hasil wawancara, responden mengungkapkan bahwa dalam mencari *Coffee Shop*, mereka umumnya menggunakan beberapa *platform* seperti Google Maps, Instagram, dan TikTok. Hal pertama yang diperhatikan adalah rating dan foto tempat sebagai indikator kenyamanan.

Namun, proses pencarian *Coffee Shop* dinilai masih kurang efisien karena pengguna harus membuka beberapa aplikasi sekaligus dan membandingkan informasi secara konvensional. Responden juga pernah mengalami kesalahan dalam memilih *Coffee Shop* akibat informasi yang tidak lengkap, terutama terkait harga dan fasilitas, sehingga kondisi di lapangan tidak sesuai dengan ekspektasi.

Tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya informasi yang jelas dan terstruktur, khususnya mengenai harga, fasilitas seperti Wi-Fi dan stop kontak, serta suasana tempat. Selain itu, proses diskusi dalam menentukan tempat ketika ingin pergi bersama teman juga dinilai cukup memakan waktu karena adanya perbedaan preferensi.

Berdasarkan hasil wawancara, responden mengharapkan adanya aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* yang mampu menyediakan informasi secara lengkap dan terstruktur, seperti foto tempat, fasilitas, harga, lokasi, dan ulasan pengguna. Selain itu, responden juga menginginkan fitur filter berdasarkan harga, fasilitas, suasana, dan lokasi, serta fitur yang dapat membantu dalam menentukan tempat dan waktu untuk mengadakan nongkrong atau ngopi bersama lebih efisien.

Pada Tabel 4.2 disajikan hasil wawancara dengan responden 2 yang merupakan masyarakat freelancer atau remote worker sebagai pengguna *Coffee Shop*. Kelompok ini memiliki pola kerja yang fleksibel dan mobilitas tinggi, sehingga cenderung eksploratif dalam mencari *Coffee Shop* baru. Dalam menentukan pilihan, responden memperhatikan aspek kenyamanan, suasana, serta nilai inspiratif dari tempat.

Tabel 4.2 Hasil Wawancara Dengan Responden 2

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Biasanya bagaimana cara kamu mencari <i>Coffee Shop</i> dan aplikasi apa yang kamu gunakan?	Biasanya saya mencari <i>Coffee Shop</i> melalui Google Maps untuk melihat lokasi dan review, kemudian mengecek Instagram atau TikTok untuk memastikan suasananya cocok untuk bekerja.
2.	Hal apa yang pertama kali kamu perhatikan saat melihat informasi <i>Coffee Shop</i> ?	Hal pertama yang saya perhatikan adalah suasana tempat, apakah kondusif untuk bekerja

3.	Menurut kamu, proses mencari <i>Coffee Shop</i> sekarang itu mudah atau sulit? Kenapa?	Menurut saya masih cukup sulit, karena harus memastikan tempat tersebut benar-benar mendukung aktivitas kerja.
4.	Pernah nggak kamu merasa salah memilih <i>Coffee Shop</i> ? Bisa ceritakan pengalamannya?	Pernah, saya datang ke tempat yang terlihat tenang di foto, tetapi ternyata cukup ramai sehingga kurang nyaman untuk bekerja.
5.	Kendala apa yang paling sering kamu alami saat menentukan <i>Coffee Shop</i> ?	Kendala yang sering saya alami itu informasi yang tidak lengkap, terutama soal suasana dan fasilitas seperti Wi-Fi atau stop kontak.
6.	Informasi apa yang menurut kamu sering kurang jelas atau sulit ditemukan?	Informasi yang sulit ditemukan adalah apakah tempat tersebut cocok untuk bekerja
7.	Apakah kamu biasanya harus membuka beberapa aplikasi untuk membandingkan <i>Coffee Shop</i> ? Bagaimana menurut kamu proses tersebut?	Iya, biasanya saya buka Google Maps dan Instagram sekaligus. Prosesnya cukup memakan waktu karena harus cek satu per satu.
8.	Faktor apa yang paling penting buat kamu saat memilih <i>Coffee Shop</i> ?	Faktor utama adalah kenyamanan, suasana, serta fasilitas seperti Wi-Fi dan stop kontak.
9.	Seberapa penting fasilitas seperti Wi-Fi dan stop kontak bagi kamu?	Sangat penting, terutama untuk mendukung pekerjaan dan meeting <i>online</i> .
10.	Biasanya kamu ke <i>Coffee Shop</i> untuk keperluan apa?	Biasanya untuk bekerja, meeting, atau mencari suasana baru.
11.	Kalau mau ngopi atau kerja bareng teman, biasanya bagaimana cara menentukan tempatnya? Apakah mudah atau sulit?	Biasanya didiskusikan terlebih dahulu, karena setiap orang punya kebutuhan berbeda, jadi cukup sulit menentukan tempat yang cocok untuk semua.
12.	Menurut kamu, informasi apa yang wajib ada di halaman detail <i>Coffee Shop</i> ?	Informasi suasana, fasilitas, harga, lokasi, dan tingkat keramaian dan jam operasional
13.	Fitur seperti apa yang kamu butuhkan dalam aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> ?	Fitur filter berdasarkan suasana, fasilitas, lokasi, dan kenyamanan kerja.
14.	Menurut kamu, bagaimana jika dalam aplikasi terdapat fitur yang memungkinkan pengguna membuat rencana ngopi, menentukan lokasi <i>Coffee Shop</i> , waktu pertemuan, serta	Menurut saya sangat perlu, karena bisa membantu menentukan tempat meeting atau kerja bersama dengan lebih efisien.

	mengundang teman atau orang lain? Apakah fitur tersebut akan membantu atau tidak? Jelaskan.	
15.	Apakah kamu tertarik menggunakan aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> jika tersedia?	Iya, saya tertarik, terutama jika bisa membantu menemukan tempat kerja yang sesuai dengan kebutuhan.

Penjelasan pada Tabel 4.2 merupakan hasil wawancara dengan responden yang berprofesi sebagai freelancer atau remote worker di Kota Bandung. Responden mengungkapkan bahwa dalam mencari *Coffee Shop*, mereka menggunakan beberapa *platform* seperti Google Maps, Instagram, dan TikTok untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap, terutama terkait lokasi dan suasana tempat.

Aspek utama yang diperhatikan adalah kenyamanan, suasana, serta kesesuaian tempat untuk bekerja. Namun, proses pencarian *Coffee Shop* dinilai masih cukup sulit karena pengguna harus memastikan bahwa tempat tersebut benar-benar mendukung aktivitas kerja, seperti memiliki suasana yang kondusif dan tidak terlalu ramai.

Responden juga mengalami kendala berupa ketidaksesuaian antara informasi yang diperoleh dengan kondisi sebenarnya, terutama terkait tingkat keramaian dan kenyamanan tempat. Selain itu, informasi mengenai apakah suatu *Coffee Shop* cocok untuk bekerja sering kali tidak tersedia secara jelas.

Proses membandingkan beberapa *Coffee Shop* juga dirasakan kurang efisien karena harus membuka beberapa aplikasi sekaligus. Oleh karena itu, responden mengharapkan adanya aplikasi rekomendasi yang mampu menyediakan informasi yang lebih spesifik dan terstruktur, seperti suasana, fasilitas, lokasi, tingkat keramaian, serta jam operasional. Fitur filter berdasarkan kebutuhan kerja juga menjadi salah satu fitur utama yang diharapkan. Selain itu, fitur yang dapat membantu dalam menentukan tempat dan waktu untuk mengadakan nongkrong atau ngopi bareng teman, dinilai dapat membantu dalam menentukan tempat meeting atau kerja bersama secara lebih efisien.

Pada Tabel 4.3 disajikan hasil wawancara dengan responden 3 yang merupakan masyarakat umum Kota Bandung yang berprofesi sebagai karyawan atau pekerja yang aktif sesekali melakukan *Work From Café* (WFC). Responden dalam kategori ini memanfaatkan *Coffee Shop* sebagai alternatif tempat bekerja dengan mempertimbangkan aspek kenyamanan dan ketersediaan fasilitas pendukung.

Tabel 4.3 Hasil Wawancara Dengan Responden 3

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Seberapa sering kamu melakukan WFC dan kapan biasanya dilakukan?	Lumayan cukup sering ya apalagi sama teman-teman kadang kita kerjanya bisa WFA dan kadang kalau di rumah terus juga bosan pengen

		ganti suasana jadi bisa 2 – 3 kali dalam seminggu
2	Apa alasan utama kamu memilih WFC dibanding kerja di rumah atau kantor?	Paling sering nya sih weekday Karena masih termasuk di Jam Kantor tapi kadang juga suka di waktu weekend dan kalau weekend kadang suka salah pilih tempat alhasil pasti rame banget dan Saya menghindari weekend karena cenderung lebih ramai.
3	Aktivitas apa yang paling sering kamu lakukan saat WFC?	Biasanya meeting <i>online</i> , ngerjain kerjaan seperti balas email, bikin laporan, dan kadang <i>Brainstorming</i> ide.
4	Kriteria utama apa yang kamu cari saat memilih <i>Coffee Shop</i> untuk WFC?	Menurut aku sih paling penting selain Wi-Fi yang stabil dan cocok untuk WFC, Stop kontak banyak, lebih ke suasana ya yang nyaman tenang ga terlalu berisik.
5	Seberapa penting Wi-Fi yang cepat, stabil dan ketersediaan stop kontak saat WFC bagi kamu?	Lumayan penting ya. Kalau Wi-Fi lambat, kerjaan bisa terhambat apalagi kalau meeting <i>online</i> dan Karena biasanya kerja bisa lebih dari 5 jam, pasti butuh colokan.
6	Biasanya kamu WFC sendiri atau bersama rekan kerja?	Lebih sering sendiri supaya bisa lebih fokus, tapi kadang bareng teman kalau dari kantor pengen WFC bareng lembur dan ada meeting santai.
7	Kamu lebih memilih <i>Coffee Shop</i> yang seperti apa untuk WFC?	Sudah jelas kali ya pasti lebih pilih yang nggak terlalu ramai. Kalau terlalu ramai, jadi banyak distraksi alhasil jadi ngga focus dan suasana tenang nyaman
8	Dalam kondisi seperti apa kamu sangat membutuhkan <i>Coffee Shop</i> yang mendukung untuk WFC?	Biasanya saat saya punya banyak meeting <i>online</i> atau deadline yang cukup padat. Saya butuh tempat dengan Wi-Fi stabil, suasana yang kondusif., dan kursi yang nyaman karena bisa duduk berjam-jam. Kalau tempatnya tidak mendukung, misalnya terlalu ramai atau koneksi internetnya buruk, pekerjaan saya bisa terganggu dan jadi kurang maksimal.
9	Kendala atau hal apa yang paling membuat kamu kesulitan saat mencari <i>Coffee Shop</i> untuk WFC?	Yang paling bikin frustrasi itu informasi yang nggak lengkap dan nggak spesifik. Misalnya, nggak ada keterangan soal Wi-Fi cepat atau

		nggak, ada stop kontak atau nggak, atau suasananya cocok buat kerja atau cuma buat nongkrong. Akhirnya saya harus buka banyak aplikasi dan baca <i>Review</i> satu-satu. Itu makan waktu dan kadang tetap salah pilih tempat.
10	Informasi apa yang sering tidak tersedia tetapi kamu butuhkan saat memilih <i>Coffee Shop</i> ?	Informasi apakah tempat itu cocok untuk kerja lama, misalnya ada batas waktu duduk atau tidak.
11	Bagaimana biasanya kamu mencari dan membandingkan informasi <i>Coffee Shop</i> untuk WFC?	Paling sering Google Maps dan Tiktok. Google Maps buat lihat rating dan lokasi, Tiktok buat lihat suasana.
12	Jika ada aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> khusus, fitur apa yang menurut kamu wajib ada?	Kalau buat saya sih yang paling penting itu filter khusus buat kerja, jadi nggak cuma sekedar tempat nongkrong. Terus harus ada info Wi-Fi yang jelas, minimal tahu stabil atau nggak. Stop kontak juga penting banget, soalnya kerja pasti butuh charger. Kalau bisa ada info suasana tempatnya lagi ramai atau nggak, itu juga membantu banget. Sama <i>Review</i> dari orang yang memang kerja di sana, bukan cuma <i>Review</i> soal rasa kopi. Intinya saya pengen aplikasi yang bikin saya nggak perlu nebak-nebak lagi sebelum datang.
13	Bagaimana biasanya kamu menentukan tempat jika ingin WFC atau meeting bersama rekan kerja? Apakah prosesnya mudah atau sulit?	Biasanya kami diskusi di grup chat dan saling memberikan rekomendasi tempat, lalu mengecek Google Maps dan media sosial untuk melihat lokasi dan suasana. Prosesnya cukup sulit dan memakan waktu karena setiap orang memiliki preferensi yang berbeda, seperti soal Wi-Fi, suasana, dan lokasi.
14	Menurut kamu, bagaimana jika ada fitur di dalam aplikasi yang dapat membantu menentukan tempat, waktu, dan mengundang teman atau rekan kerja untuk WFC bersama? Apakah fitur tersebut akan membantu? Jelaskan.	Menurut saya fitur tersebut akan sangat membantu karena dapat mempermudah koordinasi dalam menentukan tempat dan waktu tanpa harus diskusi panjang di chat. Selain itu, fitur ini juga membuat proses memilih tempat menjadi lebih cepat dan efisien karena semua informasi sudah tersedia dalam satu aplikasi.

15	Apakah kamu tertarik menggunakan aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> jika tersedia?	Iya, saya tertarik untuk mencoba, apalagi kalau memang aplikasinya fokus buat orang yang kerja dari <i>Coffee Shop</i> . Soalnya selama ini saya masih pakai beberapa aplikasi sekaligus buat cari informasi. Kalau ada satu aplikasi yang lebih spesifik dan bisa bantu saya pilih tempat dengan cepat, pasti saya coba dulu. Tapi setelah itu, saya akan lanjut pakai atau nggaknya tergantung dari seberapa membantu dan akurat informasinya. Kalau benar-benar mempermudah, kemungkinan besar saya akan pakai terus.
----	---	---

Penjelasan pada Tabel 4.3 merupakan hasil wawancara dengan responden 3 yang merupakan masyarakat umum Kota Bandung yang berprofesi karyawan atau pekerja yang aktif sesekali melakukan *Work From Café* (WFC). Responden mengungkapkan bahwa dalam mencari *Coffee Shop*, mereka menggunakan beberapa *platform* seperti Google Maps dan TikTok untuk memperoleh informasi terkait lokasi, rating, serta suasana tempat. Aspek utama yang diperhatikan adalah ketersediaan fasilitas pendukung kerja seperti Wi-Fi yang stabil, stop kontak, serta suasana yang nyaman dan tidak terlalu ramai.

Namun, proses pencarian *Coffee Shop* dinilai masih kurang efisien karena responden harus membuka beberapa aplikasi sekaligus dan membandingkan informasi secara konvensional. Responden juga pernah mengalami ketidaksesuaian antara informasi yang diperoleh dengan kondisi sebenarnya, terutama terkait kualitas Wi-Fi dan tingkat kenyamanan tempat untuk bekerja.

Tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya informasi spesifik mengenai fasilitas pendukung kerja, seperti stabilitas Wi-Fi, ketersediaan stop kontak, serta kesesuaian tempat untuk bekerja dalam durasi yang lama. Selain itu, proses membandingkan beberapa *Coffee Shop* juga dirasakan memakan waktu dan kurang praktis.

Berdasarkan hasil wawancara, responden menilai bahwa aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* dapat membantu dalam menyediakan informasi yang lebih terstruktur dan sesuai kebutuhan. Fitur yang diharapkan meliputi filter khusus untuk kebutuhan bekerja, informasi detail terkait fasilitas, serta ulasan dari pengguna lain yang memiliki aktivitas serupa. Dengan adanya fitur tersebut, pengguna dapat lebih mudah dan cepat dalam menentukan *Coffee Shop* yang sesuai untuk WFC.

Pada Tabel 4.4 disajikan hasil wawancara dengan responden 4 yang profesinya merupakan mahasiswi/Pelajar sebagai konsumen aktif *Coffee Shop*.

Tabel 4.4 Hasil Wawancara Dengan Responden 4

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Biasanya bagaimana cara kamu mencari <i>Coffee Shop</i> dan aplikasi apa yang kamu gunakan?	Kalau lagi cari tempat baru, aku tanya-tanya dulu ke temen, biasanya ada yang share rekomendasi. Kalau nggak ada, baru aku cari sendiri di Sosial Media.
2.	Hal apa yang pertama kali kamu perhatikan saat melihat informasi <i>Coffee Shop</i> ?	Jam bukanya, soalnya aku sering ke <i>Coffee Shop</i> malam-malam abis kelas sore, jadi harus mastiin masih buka.
3.	Menurut kamu, proses mencari <i>Coffee Shop</i> sekarang itu mudah atau sulit? Kenapa?	Sulit kalau lagi cari yang buka sampai malam, soalnya jam operasional di Maps kadang nggak update, jadi suka datang tapi udah tutup.
4.	Pernah nggak kamu merasa salah memilih <i>Coffee Shop</i> ? Bisa ceritakan pengalamannya?	Pernah, aku dan temen udah niat skripsian bareng jam 9 malam, eh sampe sana ternyata tutup jam 8. Akhirnya muter-muter cari tempat lain yang masih buka, buang waktu banget.
5.	Kendala apa yang paling sering kamu alami saat menentukan <i>Coffee Shop</i> ?	Nggak ada info parkir, soalnya aku bawa motor jadi perlu tahu ada parkiran apa nggak sebelum ke sana.
6.	Informasi apa yang menurut kamu sering kurang jelas atau sulit ditemukan?	Jam operasional yang akurat, sama ada nggaknya musala di tempat itu.
7.	Apakah kamu biasanya harus membuka beberapa aplikasi untuk membandingkan <i>Coffee Shop</i> ? Bagaimana menurut kamu proses tersebut?	Iya, kadang sampai buka 3 aplikasi (Maps, Instagram, sama nanya ke temen lewat Whatsapp), lumayan capek juga.
8.	Faktor apa yang paling penting buat kamu saat memilih <i>Coffee Shop</i> ?	Jam buka sampai malam, ada musala, dan harganya masih masuk kantong mahasiswa.
9.	Seberapa penting fasilitas seperti Wi-Fi dan stop kontak bagi kamu?	Penting, tapi buat aku jam operasional sama musala lebih prioritas dulu.
10.	Biasanya kamu ke <i>Coffee Shop</i> untuk keperluan apa?	Paling sering buat bimbingan skripsi bareng temen sekelompok, biasanya malam hari setelah semua selesai kelas.
11.	Kalau mau ngopi atau kerja bareng teman, biasanya bagaimana cara menentukan tempatnya? Apakah mudah atau sulit?	Agak susah, soalnya harus mastiin tempatnya masih buka pas jam kita kumpul, jadi sering bolak-balik nanya di grup.

12.	Menurut kamu, informasi apa yang wajib ada di halaman detail <i>Coffee Shop</i> ?	Jam buka-tutup yang jelas, ada musala apa nggak, dan info parkir.
13.	Fitur seperti apa yang kamu butuhkan dalam aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> ?	Filter berdasarkan jam operasional (misal yang buka sampai tengah malam) sama fasilitas ibadah.
14.	Menurut kamu, bagaimana jika di dalam aplikasi terdapat fitur yang memungkinkan pengguna membuat atau bergabung dalam rencana ngopi, menentukan lokasi <i>Coffee Shop</i> , waktu pertemuan, serta mengundang teman atau orang lain? Apakah fitur tersebut akan membantu atau tidak? Jelaskan.	Kepake banget, jadi sekali share ke grup, semua langsung tahu tempat dan jamnya tanpa harus tanya bolak-balik.
15.	Apakah kamu tertarik menggunakan aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> jika tersedia?	Tertarik, apalagi kalau bisa lihat jam operasional yang akurat, soalnya itu yang paling sering bikin gagal rencana.

Penjelasan pada Tabel 4.4 yang berprofesi sebagai mahasiswi dan aktif mengunjungi *Coffee Shop* di Kota Bandung, terutama untuk keperluan bimbingan dan pengerjaan tugas kelompok pada malam hari. Responden mengungkapkan bahwa dalam mencari *Coffee Shop*, mereka umumnya mengandalkan rekomendasi dari teman di grup angkatan, dan baru mencari secara mandiri melalui Google apabila tidak ada rekomendasi yang sesuai. Aspek utama yang pertama kali diperhatikan adalah jam operasional, mengingat kebiasaan responden yang sering berkunjung pada malam hari.

Namun, proses pencarian *Coffee Shop* dinilai masih kurang efisien karena informasi jam operasional yang tersedia di *platform* digital sering kali tidak update, sehingga responden pernah mengalami kejadian datang ke suatu *Coffee Shop* untuk keperluan bimbingan bersama teman, namun tempat tersebut ternyata sudah tutup lebih awal dari perkiraan. Selain itu, responden juga harus membuka beberapa *platform* sekaligus (Google Maps, Instagram, dan grup pertemanan) untuk memastikan informasi yang diperoleh akurat.

Tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya informasi yang jelas dan terkini mengenai jam operasional, ketersediaan musala, serta lahan parkir, yang menjadi pertimbangan penting bagi responden sebelum menentukan *Coffee Shop* tujuan. Selain itu, proses koordinasi dengan teman dalam menentukan tempat dan waktu pertemuan juga dinilai memakan waktu karena harus dilakukan secara bolak-balik melalui grup pesan.

Berdasarkan hasil wawancara, responden mengharapkan adanya aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* yang menyediakan informasi jam operasional secara akurat, serta fasilitas pendukung seperti musala dan parkir. Selain itu, responden juga menginginkan fitur filter berdasarkan jam

operasional dan fasilitas, serta fitur perencanaan pertemuan yang dapat dibagikan langsung ke teman-temannya, sehingga proses koordinasi menjadi lebih praktis dan tidak perlu dilakukan berulang kali melalui percakapan grup.

Pada Tabel 4.5 disajikan hasil wawancara dengan responden 5 yang merupakan masyarakat umum Kota Bandung yang berprofesi sebagai karyawan atau pekerja yang aktif sesekali melakukan Work From Café (WFC).

Tabel 4.5 Hasil Wawancara Dengan Responden 5

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Biasanya bagaimana cara kamu mencari <i>Coffee Shop</i> dan aplikasi apa yang kamu gunakan?	Aku biasanya udah punya 3-4 tempat langganan, tapi kalau lagi pengen suasana baru, aku cari lewat Google Maps sambil baca-baca ulasan orang.
2.	Hal apa yang pertama kali kamu perhatikan saat melihat informasi <i>Coffee Shop</i> ?	Ketersediaan colokan dan seberapa kenceng Wi-Fi-nya, soalnya aku kerja dari sana hampir tiap hari jadi itu wajib.
3.	Menurut kamu, proses mencari <i>Coffee Shop</i> sekarang itu mudah atau sulit? Kenapa?	Untuk tempat langganan sih gampang, tapi kalau mau coba tempat baru agak riskan karena info soal kualitas Wi-Fi-nya jarang detail.
4.	Pernah nggak kamu merasa salah memilih <i>Coffee Shop</i> ? Bisa ceritakan pengalamannya?	Pernah, lagi ada deadline terus aku coba tempat baru, eh Wi-Fi-nya lemot pas jam siang karena rame. Akhirnya kerjaanku molor karena harus pindah tempat di tengah jam kerja.
5.	Kendala apa yang paling sering kamu alami saat menentukan <i>Coffee Shop</i> ?	Nggak ada info soal jam-jam ramai, padahal itu ngaruh banget ke kecepatan Wi-Fi dan ketersediaan colokan.
6.	Informasi apa yang menurut kamu sering kurang jelas atau sulit ditemukan?	Kecepatan Wi-Fi dan berapa lama biasanya orang boleh duduk lama tanpa ditegur.
7.	Apakah kamu biasanya harus membuka beberapa aplikasi untuk membandingkan <i>Coffee Shop</i> ? Bagaimana menurut kamu proses tersebut?	Iya, aku sering baca ulasan Google terus cek Instagram buat lihat suasana kerjanya kayak apa. Agak makan waktu buat yang buru-buru butuh tempat kerja hari itu juga.
8.	Faktor apa yang paling penting buat kamu saat memilih <i>Coffee Shop</i> ?	Wi-Fi stabil, colokan cukup, dan nggak keberatan kalau aku duduk lama dari pagi sampai sore.

9.	Seberapa penting fasilitas seperti Wi-Fi dan stop kontak bagi kamu?	Sangat penting, itu syarat utama, kalau nggak ada dua itu aku nggak akan ke tempat itu buat kerja.
10.	Biasanya kamu ke <i>Coffee Shop</i> untuk keperluan apa?	Kerja harian, hampir tiap hari kerja aku WFC karena nggak punya kantor tetap.
11.	Kalau mau ngopi atau kerja bareng teman, biasanya bagaimana cara menentukan tempatnya? Apakah mudah atau sulit?	Kalau kerja bareng rekan tim yang juga remote, biasanya kita saling share lokasi tempat langganan masing-masing, terus milih yang paling gampang dijangkau berdua.
12.	Menurut kamu, informasi apa yang wajib ada di halaman detail <i>Coffee Shop</i> ?	Kecepatan Wi-Fi, jumlah colokan, jam ramai/sepi, dan apakah boleh duduk lama.
13.	Fitur seperti apa yang kamu butuhkan dalam aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> ?	Filter khusus "cocok buat kerja ", termasuk info Wi-Fi dan jam ramai.
14.	Menurut kamu, bagaimana jika di dalam aplikasi terdapat fitur yang memungkinkan pengguna membuat atau bergabung dalam rencana ngopi, menentukan lokasi <i>Coffee Shop</i> , waktu pertemuan, serta mengundang teman atau orang lain? Apakah fitur tersebut akan membantu atau tidak? Jelaskan.	Membantu, terutama buat meeting dadakan sama rekan kerja remote lain, jadi nggak perlu tanya-tanya lokasi satu-satu di chat.
15.	Apakah kamu tertarik menggunakan aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> jika tersedia?	Tertarik banget, apalagi kalau ada info detail soal Wi-Fi dan kenyamanan buat kerja seharian, itu yang paling aku butuhkan.

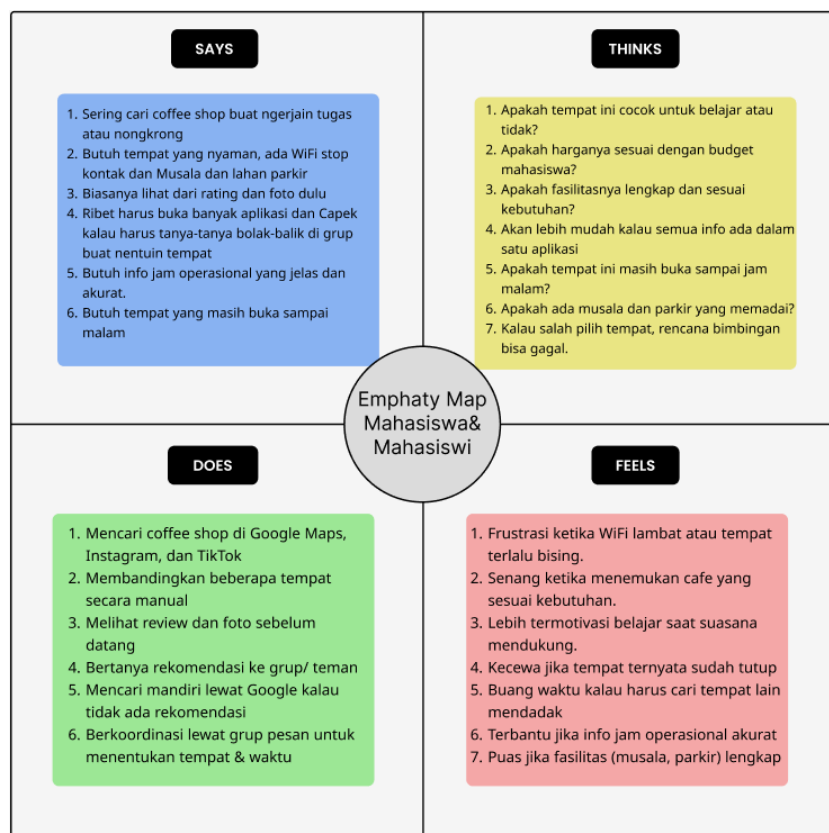
Penjelasan pada Tabel 4.5 merupakan hasil wawancara dengan responden 5 yang berprofesi sebagai karyawan remote/hybrid dan melakukan Work From Café hampir setiap hari kerja. Responden mengungkapkan bahwa mereka umumnya sudah memiliki beberapa *Coffee Shop* langganan, namun tetap menggunakan Google Maps dan Instagram untuk mencari alternatif baru apabila diperlukan. Aspek utama yang diperhatikan adalah ketersediaan Wi-Fi yang stabil dan colokan, mengingat responden bekerja dari *Coffee Shop* dalam durasi yang cukup lama setiap harinya. Namun, proses pencarian *Coffee Shop* baru dinilai cukup berisiko karena informasi mengenai kualitas Wi-Fi dan jam-jam ramai jarang tersedia secara detail. Responden pernah mengalami kendala berupa koneksi Wi-Fi yang melambat saat jam ramai di sebuah *Coffee Shop* baru, yang berdampak langsung pada produktivitas kerja karena harus berpindah tempat di tengah jam kerja akibat deadline.

Tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya informasi spesifik terkait kecepatan Wi-Fi, jam-jam ramai atau sepi, serta toleransi tempat terhadap pengunjung yang duduk dalam waktu lama. Selain itu, saat perlu bertemu dengan rekan kerja remote lain, penentuan lokasi masih

dilakukan secara manual melalui percakapan pribadi. Berdasarkan hasil wawancara, responden menilai bahwa aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* akan sangat membantu apabila menyediakan fitur filter khusus untuk kebutuhan kerja harian, termasuk informasi kecepatan Wi-Fi dan jam ramai, serta fitur perencanaan pertemuan untuk memudahkan koordinasi dengan rekan kerja remote lainnya.

4.2.2 *Empathy Map*

Pada tahap *Empathize* dalam metode *Design Thinking*, dilakukan observasi dan interaksi dengan pengguna untuk memahami serta mendalami kebutuhan mereka dalam menggunakan aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* berbasis *mobile*. Salah satu pendekatan yang diterapkan adalah dengan menggunakan *empathy map* (peta empati). Peta empati terdiri atas empat kuadran yang mencerminkan empat aspek utama yang diamati atau dimiliki oleh pengguna selama proses penelitian. Keempat aspek tersebut meliputi apa yang dikatakan (*Said*), dilakukan (*Did*), dipikirkan (*Thought*), dan dirasakan (*Felt*) oleh pengguna. Hasil wawancara terhadap lima responden kemudian dirangkum dan dikelompokkan berdasarkan kesamaan profesi, sehingga menghasilkan tiga *empathy map* yang merepresentasikan tiga kelompok pengguna, yaitu mahasiswa & mahasiswi, freelancer/pekerja remote, serta pekerja *Work From Café* (WFC). Pada gambar 4.1 merupakan *empathy map* yang didapatkan setelah proses wawancara dengan responden yang berprofesi sebagai mahasiswa/mahasiswi, konsumen aktif *Coffee Shop* untuk kebutuhan akademik.



Gambar 4. 1 *Empathy Map* Mahasiswa&Mahasiswi

Penjelasan Gambar 4.1 *Empathy Map* Mahasiswa & Mahasiswi menunjukkan bahwa mahasiswa sering mencari *Coffee Shop* untuk mengerjakan tugas, bimbingan, atau sekadar nongkrong, sehingga membutuhkan tempat yang nyaman dengan fasilitas Wi-Fi, stop kontak, musala, dan lahan parkir, serta jam operasional yang jelas dan akurat, termasuk yang masih buka hingga malam hari (*said*). Mahasiswa berpikir apakah suatu tempat cocok untuk belajar, sesuai dengan budget mahasiswa, memiliki fasilitas yang lengkap, serta masih buka pada jam yang dibutuhkan, dan khawatir bahwa kesalahan memilih tempat dapat menggagalkan rencana bimbingan; mereka juga berharap seluruh informasi tersebut tersedia dalam satu aplikasi (*thought*). Dalam kesehariannya, mahasiswa mencari *Coffee Shop* melalui *Google Maps*, *Instagram*, dan *TikTok*, membandingkan beberapa tempat secara manual, melihat review dan foto sebelum datang, bertanya rekomendasi ke grup atau teman, serta berkoordinasi melalui grup pesan untuk menentukan tempat dan waktu pertemuan (*did*). Mahasiswa merasa frustrasi ketika Wi-Fi lambat atau tempat terlalu bising, kecewa dan kehilangan waktu jika tempat ternyata sudah tutup atau harus mendadak mencari tempat lain, namun merasa senang, lebih termotivasi, dan terbantu ketika suasana mendukung serta informasi jam operasional dan fasilitas (musala, parkir) tersedia secara lengkap dan akurat (*felt*).

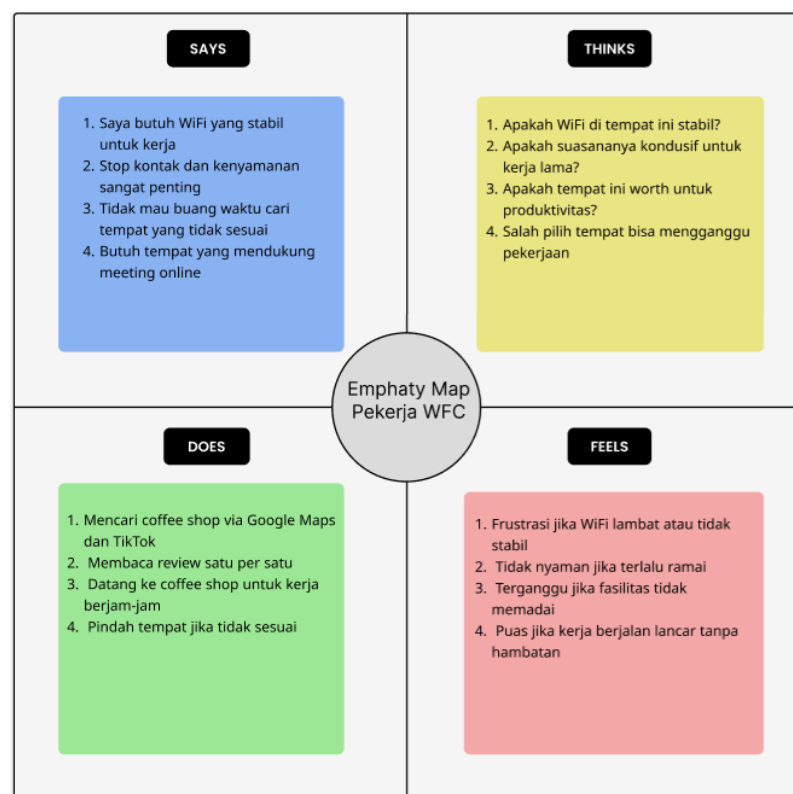
Pada gambar 4.2 merupakan *emphaty map* yang didapatkan setelah proses wawancara dengan responden yang berprofesi sebagai *freelancer*/pekerja *remote*, konsumen aktif *Coffee Shop* untuk kebutuhan kerja fleksibel.



Gambar 4. 2 *Emphaty Map Freelancer/Remote Worker*

Penjelasan Gambar 4.2 *Empathy Map Freelancer/Remote Worker* menunjukkan bahwa mereka membutuhkan tempat kerja yang nyaman dan fleksibel, dengan Wi-Fi yang stabil sebagai syarat utama, stop kontak yang cukup, suasana yang mendukung fokus kerja, serta tempat yang tidak keberatan jika ditempati dalam waktu lama, dan informasi jam ramai/sepi sebelum berkunjung (*said*). Mereka berpikir apakah Wi-Fi di suatu tempat cukup kencang untuk kerja seharian, apakah suasananya nyaman untuk kerja jangka panjang dan sesuai dengan yang ditampilkan di foto, serta khawatir bahwa kesalahan memilih tempat dapat membuat pekerjaan molor, sehingga diperlukan *platform* yang memberikan informasi lebih akurat (*thought*). Dalam aktivitasnya, mereka mencari referensi melalui *Google Maps* dan media sosial, melihat foto dan video suasana tempat, membaca ulasan sebelum mencoba tempat baru, membandingkan beberapa *Coffee Shop*, berbagi lokasi dengan rekan kerja remote lain, serta berpindah tempat apabila Wi-Fi lambat atau kondisinya terlalu ramai (*did*). Mereka merasa ragu karena informasi yang diperoleh tidak selalu sesuai kenyataan, tidak nyaman jika tempat terlalu ramai, frustrasi dan terganggu ketika Wi-Fi melambat atau harus berpindah tempat mendadak karena deadline, namun merasa puas, produktif, dan tenang ketika menemukan *Coffee Shop* yang sesuai dan sudah memiliki beberapa tempat langganan (*felt*).

Pada gambar 4.3 merupakan *emphaty map* yang didapatkan setelah proses wawancara dengan responden yang merupakan masyarakat umum berprofesi sebagai pegawai/karyawan aktif yang sesekali melakukan kegiatan *Work From Café* (WFC).



Gambar 4. 3 *Emphaty Map* Pekerja WFC

Penjelasan Gambar 4.3 *Empathy Map* Pekerja WFC menunjukkan bahwa pekerja WFC membutuhkan *Coffee Shop* yang dapat mendukung aktivitas kerja secara optimal, terutama dari segi fasilitas seperti Wi-Fi yang stabil, ketersediaan stop kontak, serta suasana yang kondusif untuk menjalankan aktivitas seperti *meeting online* (*said*). Mereka berpikir apakah suatu tempat memiliki Wi-Fi yang stabil, suasana yang kondusif untuk kerja lama, dan cukup *worth* untuk produktivitas, karena kesalahan memilih tempat dapat mengganggu pekerjaan (*thought*).

Dalam praktiknya, pekerja WFC mencari *Coffee Shop* melalui *Google Maps* dan *TikTok*, membaca ulasan satu per satu, serta datang untuk bekerja berjam-jam, dan cenderung berpindah tempat apabila kondisinya tidak sesuai (*did*). Pekerja WFC merasa frustrasi ketika Wi-Fi lambat atau tidak stabil, tidak nyaman jika suasana terlalu ramai, terganggu jika fasilitas tidak memadai, namun merasa puas ketika pekerjaan berjalan lancar tanpa hambatan (*felt*).

4.3 Define

Define merupakan langkah awal dalam *Design Thinking*. Pada tahap ini, dilakukan identifikasi dan pendefinisian masalah-masalah yang penting untuk diselesaikan. Permasalahan tersebut dijelaskan secara terperinci melalui *User Persona* dan *Journey Map*.

4.3.1 User Persona

User Persona merupakan representasi karakter fiktif yang digunakan untuk menggambarkan tujuan, kebutuhan, serta karakteristik dari sekelompok pengguna. Setiap persona dirancang berdasarkan kesamaan perilaku dan pain point yang dialami pengguna, sehingga dapat membantu dalam memahami kebutuhan pengguna secara lebih mendalam.

Dalam penelitian ini, *User Persona* yang disusun terdiri dari tiga kategori profesi pengguna, yaitu mahasiswa, pekerja remote atau freelancer, pekerja WFC. Kelima persona tersebut digunakan untuk merepresentasikan berbagai sudut pandang pengguna dalam perancangan UI/UX aplikasi rekomendasi *Coffee Shop*.

Pada Tabel 4.6 merupakan *User Persona* responden 1 yang merupakan masyarakat umum yang berdomisili di Kota Bandung yang gemar mengunjungi *Coffee Shop* dengan profesi sebagai mahasiswa :

Tabel 4.6 User Persona Responden 1

Persona	User Persona Responden 1
Identitas Pengguna	Nama: Adit Umur : 22 tahun Jenis Kelamin : Laki-laki Pekerjaan : Mahasiswa
Deskripsi Pengguna	Adit, adalah mahasiswa yang sering mengerjakan tugas dan berkumpul bersama teman di <i>Coffee Shop</i> . Ia membutuhkan tempat yang nyaman, terjangkau, dan

	memiliki Wi-Fi yang stabil. Adit, sering kesulitan memilih <i>Coffee Shop</i> yang sesuai dengan kebutuhannya karena banyaknya pilihan di Bandung.
Goals	1. Menemukan <i>Coffee Shop</i> dengan harga terjangkau dan suasana nyaman untuk belajar. 2. Mendapatkan rekomendasi <i>Coffee Shop</i> berdasarkan lokasi terdekat. 3. Melihat fasilitas seperti Wi-Fi, colokan listrik, dan jam operasional.
Frustrations	1. Sulit menemukan <i>Coffee Shop</i> yang sesuai untuk belajar. 2. Informasi di media sosial tidak lengkap dan sering tidak akurat. 3. Harus mencoba beberapa tempat sebelum menemukan yang cocok.

Penjelasan Tabel 4.6 User Persona responden 1 menggambarkan karakter fiktif mahasiswa sebagai salah satu target pengguna aplikasi rekomendasi *Coffee Shop*. User Persona ini mencerminkan kebutuhan dan tujuan mahasiswa dalam mencari *Coffee Shop* yang nyaman untuk belajar dan berkumpul, seperti tersedianya Wi-Fi, harga yang terjangkau, serta suasana yang mendukung aktivitas akademik. Selain itu, tabel ini juga menunjukkan preferensi mahasiswa terhadap *Coffee Shop* yang memiliki fasilitas lengkap dan lokasi yang mudah dijangkau. Namun, tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan informasi yang akurat serta kesulitan dalam menentukan *Coffee Shop* yang sesuai di tengah banyaknya pilihan. Informasi ini berperan penting dalam merancang UI/UX aplikasi agar dapat memberikan rekomendasi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

Pada Tabel 4.7 merupakan User Persona responden 2 yaitu masyarakat umum yang berdomisili di Kota Bandung yang gemar mengunjungi *Coffee Shop* dengan dengan profesi sebagai freelancer/remote worker :

Tabel 4.7 User Persona Responden 2

Persona	User Persona Responden 2
Identitas Pengguna	Nama : Wulan Umur : 24 Tahun Jenis kelamin: Perempuan Pekerjaan: Remote Worker (Digital Marketing) Domisili: Kota Bandung
Deskripsi Pengguna	Wulan bekerja secara remote dan sering berpindah-pindah <i>Coffee Shop</i> untuk bekerja. Ia membutuhkan <i>Coffee Shop</i> yang tenang, memiliki koneksi internet stabil, dan fasilitas pendukung kerja. Ia ingin aplikasi yang dapat merekomendasikan <i>Coffee Shop</i> sesuai kebutuhan kerja.
Goals	1. Menemukan <i>Coffee Shop</i> yang cocok untuk bekerja (tenang, Wi-Fi stabil, colokan listrik). 2. Melihat jam ramai dan tingkat kebisingan <i>Coffee Shop</i>. 3. Mendapatkan rekomendasi berdasarkan jarak terdekat.
Frustrations	1. <i>Coffee Shop</i> tidak cocok untuk bekerja. 2. Tidak ada informasi jelas tentang fasilitas kerja. 3. Sulit menemukan tempat baru yang sesuai tanpa mencoba langsung.

Penjelasan Tabel 4.7 User Persona Responden 2 menggambarkan karakter fiktif pengguna yang bekerja secara fleksibel dan sering memanfaatkan Coffee Shop sebagai tempat bekerja. User Persona ini mencerminkan kebutuhan dan tujuan pengguna dalam mencari Coffee Shop yang tenang, memiliki koneksi internet yang stabil, serta fasilitas pendukung seperti colokan listrik. Selain itu, tabel ini juga menunjukkan preferensi pengguna terhadap Coffee Shop yang memiliki suasana kondusif untuk bekerja dalam jangka waktu yang cukup lama.

Namun, tantangan yang dihadapi meliputi kurangnya informasi terkait tingkat keramaian dan fasilitas kerja, sehingga pengguna sering mengalami ketidaksesuaian antara ekspektasi dan kondisi nyata. Informasi ini berperan penting dalam merancang UI/UX aplikasi agar mampu menyediakan rekomendasi yang spesifik dan mendukung produktivitas pengguna.

Pada Tabel 4.8 merupakan User Persona responden 3 yang merupakan masyarakat umum yang berdomisili di Kota Bandung yang gemar mengunjungi Coffee Shop dengan profesi sebagai pekerja (Work From Café/WFC):

Tabel 4.8 User Persona Responden 3

Persona	User Persona Responden 3
Identitas Pengguna	Nama : Atha Umur : 28 Tahun Jenis Kelamin : Laki-Laki Pekerjaan : Karyawan Swasta di salah satu perusahaan Domisili : Kota Bandung
Deskripsi Pengguna	Atha adalah warga Bandung dan karyawan yang nongkrong di Coffee Shop sesekali untuk bekerja dari Coffee Shop (Work From Café/WFC). Ia memilih Coffee Shop sebagai alternatif tempat kerja yang lebih santai namun tetap produktif..
Goals	1. Menemukan <i>Coffee Shop</i> yang nyaman untuk bekerja sementara. 2. Melihat rating dan ulasan sebelum berkunjung. 3. Mendapatkan rekomendasi berdasarkan suasana dan lokasi.
Frustrations	1. Sulit menemukan <i>Coffee Shop</i> yang sesuai untuk WFC. 2. Informasi suasana tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. 3. Tidak ada rekomendasi yang spesifik untuk kebutuhan kerja fleksibel.

Penjelasan Tabel 4.8 User Persona responden 3 menggambarkan karakter fiktif Pekerja WFC yang sesekali bekerja dari Coffee Shop sebagai alternatif tempat kerja. User Persona ini mencerminkan kebutuhan dan tujuan pengguna dalam mencari Coffee Shop yang nyaman, memiliki suasana santai namun tetap mendukung produktivitas. Selain itu, tabel ini juga menunjukkan preferensi pengguna terhadap Coffee Shop yang estetik, memiliki ulasan yang baik, serta lokasi yang strategis. Namun, tantangan yang dihadapi meliputi kesulitan dalam menemukan Coffee Shop yang sesuai dengan kebutuhan kerja sementara, serta kurangnya informasi yang menggambarkan kondisi

nyata Coffee Shop. Informasi ini berperan penting dalam merancang UI/UX aplikasi agar dapat memberikan rekomendasi yang fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan pengguna WFC.

Pada Tabel 4.9 merupakan User Persona responden 4 yang merupakan masyarakat umum yang berdomisili di Kota Bandung dengan profesi sebagai mahasiswa:

Tabel 4.9 User Persona Responden 4

Persona	User Persona Responden 4
Identitas Pengguna	Nama: Dea Umur : 22 tahun Jenis Kelamin : Perempuan Pekerjaan : Mahasiswa
Deskripsi Pengguna	Dea adalah mahasiswa yang sering menghabiskan waktu di Coffee Shop bersama teman sekelompok untuk bimbingan skripsi dan mengerjakan tugas, biasanya pada malam hari setelah jam kuliah selesai. Ia sering kesulitan memastikan Coffee Shop yang dituju masih buka pada malam hari, serta membutuhkan informasi fasilitas seperti musala dan lahan parkir sebelum berkunjung.
Goals	1. Menemukan <i>Coffee Shop</i> dengan jam operasional yang jelas dan akurat, terutama yang buka sampai malam. 2. Mengetahui ketersediaan fasilitas seperti musala dan lahan parkir sebelum datang. 3. Merencanakan pertemuan dengan teman sekelompok tanpa perlu koordinasi berulang di grup pesan.
Frustrations	1. Informasi jam operasional di <i>platform</i> digital sering tidak update, sehingga rencana pertemuan gagal. 2. Harus membuka beberapa <i>platform</i> sekaligus untuk memastikan info yang akurat. 3. Koordinasi tempat dan waktu dengan teman memakan waktu lama karena dilakukan manual di grup pesan.

Penjelasan Tabel 4.9 User Persona responden 4 menggambarkan karakter fiktif mahasiswa sebagai salah satu target pengguna aplikasi rekomendasi Coffee Shop. User Persona ini mencerminkan kebutuhan mahasiswa yang aktif melakukan bimbingan dan pengerjaan tugas kelompok pada malam hari, sehingga kepastian jam operasional serta ketersediaan fasilitas pendukung seperti musala dan parkir menjadi prioritas utama. Tantangan yang dihadapi meliputi informasi jam operasional yang tidak akurat serta proses koordinasi pertemuan yang masih dilakukan secara manual. Informasi ini berperan penting dalam merancang fitur informasi jam operasional yang akurat serta fitur perencanaan pertemuan pada aplikasi.

Pada Tabel 4.10 merupakan User Persona responden 5 yang merupakan masyarakat umum yang berdomisili di Kota Bandung dengan profesi sebagai karyawan remote/hybrid:

Tabel 4.10 User Persona Responden 5

Persona	User Persona Responden 5
Identitas Pengguna	Nama: Rezki Umur: 29 tahun

	Jenis Kelamin: Laki-laki Pekerjaan: Karyawan remote/hybrid
Deskripsi Pengguna	Rezki adalah karyawan remote/hybrid yang melakukan Work From Café hampir setiap hari kerja karena tidak memiliki kantor tetap. Ia membutuhkan <i>Coffee Shop</i> dengan Wi-Fi stabil dan fasilitas yang mendukung kerja dalam durasi panjang. Raka sering kesulitan menemukan tempat baru yang benar-benar sesuai kebutuhan kerjanya karena informasi kualitas Wi-Fi dan jam ramai jarang tersedia secara detail.
Goals	1. Menemukan <i>Coffee Shop</i> dengan Wi-Fi stabil dan colokan yang memadai untuk kerja seharian. 2. Mengetahui jam-jam ramai atau sepi sebelum berkunjung. 3. Memudahkan koordinasi lokasi kerja dengan rekan kerja remote lainnya.
Frustrations	1. Informasi kualitas Wi-Fi jarang tersedia secara detail di <i>platform</i> pencarian. 2. Pernah kehilangan produktivitas karena harus berpindah tempat mendadak saat Wi-Fi melambat. 3. Tidak ada info jam ramai, sehingga sulit memprediksi kenyamanan bekerja di suatu tempat.

Penjelasan Tabel 4.10 User Persona responden 5 menggambarkan karakter fiktif karyawan remote/hybrid sebagai salah satu target pengguna aplikasi rekomendasi Coffee Shop. User Persona ini mencerminkan kebutuhan pekerja yang bergantung pada Coffee Shop sebagai tempat kerja utama dalam durasi panjang, sehingga kestabilan Wi-Fi dan informasi jam ramai menjadi faktor penentu paling krusial. Tantangan yang dihadapi meliputi minimnya informasi detail terkait fasilitas kerja serta risiko gangguan produktivitas akibat pemilihan tempat yang kurang tepat. Informasi ini berperan penting dalam merancang fitur filter berbasis kebutuhan kerja (Wi-Fi, jam ramai) pada aplikasi.

4.3.2 Journey Map

User *Journey Map* digunakan untuk memvisualisasikan alur pengalaman pengguna dalam mencari *Coffee Shop* sebelum menggunakan aplikasi yang dirancang. Alur ini menggambarkan proses yang dilakukan pengguna mulai dari munculnya kebutuhan hingga evaluasi setelah mengunjungi *Coffee Shop*. Pemetaan ini disusun berdasarkan perilaku pengguna (mahasiswa, *freelance/remote worker*, dan Pekerja (*Work From Café/WFC*)) yang masih mengandalkan berbagai *platform* seperti *Google Maps*, *Instagram*, *TikTok*, dan rekomendasi teman.

Berikut ini merupakan hasil dari visualisasi dan evaluasi pengalaman yang dirasakan oleh pengguna (mahasiswa, *freelance/remote worker*, dan Pekerja (*Work From Café/WFC*)) yang gemar mengunjungi *Coffee Shop* di Kota Bandung:

Tabel 4.11 User Journey

Touch Points	Aktivitas (yang dilakukan pengguna)	Feedback		Improvement areas (hal-hal yang bisa dikembangkan berdasarkan feedback)
		Baik	Kurang Baik	

1	Mencari informasi melalui berbagai <i>platform</i>		✓	Menyediakan informasi dalam satu aplikasi
2	Menemukan beberapa alternatif <i>Coffee Shop</i>		✓	Menyediakan sistem rekomendasi yang terfilter
3	Memilih salah satu <i>Coffee Shop</i> untuk dicek		✓	Menyediakan ranking atau best recommendation
4	Melihat detail (foto, rating, lokasi, komentar)		✓	Menyediakan informasi lengkap dan terstandarisasi
5	Menilai <i>Coffee Shop</i> berdasarkan preferensi (harga, fasilitas, suasana, jarak)		✓	Menyediakan filter dan personalisasi preferensi
6	Menyimpan atau mengingat pilihan		✓	Menyediakan fitur <i>Bookmark/Favorite</i>
7	Membandingkan dengan <i>Coffee Shop</i> lain		✓	Menyediakan fitur compare
8	Memutuskan <i>Coffee Shop</i>		✓	Menyediakan rekomendasi terbaik (<i>Best Match</i>)
9	Mengunjungi <i>Coffee Shop</i>		✓	Menyediakan Integrasi dengan Google Maps
10	Evaluasi pengalaman setelah kunjungan		✓	Menyediakan fitur <i>Review</i> yang mudah dan menarik

Penjelasan Tabel 4.11 memetakan user journey pengguna yang terdiri dari mahasiswa, freelance/remote worker, dan pekerja Work From Café (WFC) dalam proses mencari Coffee Shop di Kota Bandung. Seluruh aktivitas yang dilakukan pengguna, mulai dari munculnya kebutuhan, pencarian informasi, hingga evaluasi setelah kunjungan, masih memerlukan pengembangan fitur agar proses pencarian menjadi lebih efektif dan efisien.

Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan dalam penyediaan sistem rekomendasi, integrasi informasi dalam satu *platform*, serta fitur interaktif yang dapat membantu pengguna dalam menentukan *Coffee Shop* sesuai dengan preferensi mereka.

4.4 Ideate

Pada tahap ideate ini merupakan tahapan untuk menghasilkan ide berdasarkan tahap *Empathize* dan *Define*, untuk mencari cara alternatif dan mengidentifikasi solusi inovatif pernyataan masalah dapat menggunakan *Brainstorming*, dan untuk memodelkan hasil dari ide dapat menggunakan Userflow dan *Sitemap*. Dari hasil tahapan *empathize* dan *Define* maka didapatkan fokus kepada yaitu antara lain:

1. Menyediakan fitur integrasi informasi *Coffee Shop* dalam satu aplikasi

Fitur ini disediakan untuk mengatasi permasalahan pengguna yang harus mencari informasi melalui berbagai *platform* seperti *Google Maps*, *Instagram*, dan *TikTok*. Dengan adanya integrasi informasi dalam satu aplikasi, pengguna dapat memperoleh data *Coffee Shop* secara terpusat sehingga proses pencarian menjadi lebih efektif dan efisien.

2. Menyediakan fitur filter dan personalisasi preferensi

Fitur filter dan personalisasi preferensi disediakan untuk membantu pengguna dalam menilai *Coffee Shop* berdasarkan kebutuhan mereka, seperti harga, fasilitas (Wi-Fi, stop kontak), suasana, dan jarak. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mendapatkan hasil yang lebih relevan dan sesuai dengan preferensi masing-masing.

3. Menyediakan fitur rekomendasi terbaik (*Best Match*)

Fitur *Best Match* dirancang untuk membantu pengguna dalam menentukan pilihan *Coffee Shop* yang paling sesuai dengan preferensi mereka. Sistem akan mengolah data berdasarkan filter dan kebutuhan pengguna untuk memberikan rekomendasi yang paling relevan, sehingga mengurangi keraguan dalam pengambilan keputusan.

4. Menyediakan fitur informasi detail *Coffee Shop* yang lengkap dan terstandarisasi

Fitur ini bertujuan untuk memberikan informasi yang lengkap dan konsisten kepada pengguna, seperti foto, rating, ulasan, fasilitas, harga, dan lokasi. Dengan informasi yang terstandarisasi, pengguna dapat lebih mudah dalam memahami dan membandingkan *Coffee Shop*.

5. Menyediakan fitur informasi lokasi *Coffee Shop* (integrasi Google Maps)

Fitur informasi lokasi disediakan untuk membantu pengguna dalam mengetahui posisi *Coffee Shop* yang dipilih melalui integrasi dengan Google Maps. Sistem akan menampilkan titik lokasi *Coffee Shop* sehingga pengguna dapat memahami letak tempat secara visual. Dengan fitur ini, pengguna dapat melihat lokasi secara langsung tanpa perlu mencari ulang di aplikasi lain.

6. Menyediakan fitur ranking, best recommendation, dan *Coffee Shop Nearby*

Fitur ini disediakan untuk membantu pengguna dalam menemukan dan memilih *Coffee Shop* terbaik berdasarkan berbagai indikator. Sistem akan menampilkan daftar *Coffee Shop* dalam bentuk peringkat (ranking) berdasarkan rating, popularitas, serta kesesuaian dengan preferensi pengguna (best recommendation).

Selain itu, sistem juga menyediakan fitur *Coffee Shop Nearby* yang menampilkan rekomendasi *Coffee Shop* terdekat berdasarkan lokasi pengguna. Dengan adanya kombinasi fitur ini, pengguna dapat dengan mudah menemukan *Coffee Shop* yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga relevan dengan kebutuhan dan lokasi mereka.

7. Menyediakan fitur *Bookmark* atau *Favorite*

Fitur *Bookmark* atau *Favorite* memungkinkan pengguna untuk menyimpan *Coffee Shop* yang menarik atau yang akan dikunjungi di kemudian hari. Dengan adanya fitur ini, pengguna tidak perlu mengingat atau mencari ulang *Coffee Shop* yang telah ditemukan sebelumnya.

8. Menyediakan fitur “Ngopi Bareng” (Event).

Fitur Ngopi Bareng (Event) disediakan untuk memfasilitasi pengguna dalam membuat dan mengelola kegiatan ngopi bersama di *Coffee Shop* tertentu. Melalui fitur ini, pengguna dapat menentukan detail kegiatan seperti nama event, lokasi

Coffee Shop, waktu pelaksanaan, serta mengundang teman untuk bergabung. Sistem akan menyimpan data event yang telah dibuat dan memungkinkan pengguna untuk membagikan informasi kegiatan tersebut kepada pengguna lain. Dengan adanya fitur ini, sistem tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi *Coffee Shop*, tetapi juga mendukung interaksi sosial antar pengguna.

9. Menyediakan fitur *Review* dan rating pengguna yang interaktif.

Fitur *Review* dan rating disediakan untuk memungkinkan pengguna memberikan penilaian serta berbagi pengalaman setelah mengunjungi *Coffee Shop*. Fitur ini dirancang agar mudah digunakan dan menarik sehingga dapat meningkatkan partisipasi pengguna serta membantu pengguna lain dalam menentukan pilihan.

4.4.1 **Brainstorming**

Brainstorming adalah proses untuk menemukan ide atau solusi yang bertujuan mengatasi permasalahan dan memenuhi kebutuhan pengguna [PRA24]. *Brainstorming* dilakukan dengan pengguna aplikasi yaitu masyarakat umum yang berdomisili di Kota Bandung yang gemar mengunjungi *Coffee Shop*, berikut ini adalah hasil yang diperoleh dari sesi *Brainstorming*:

1. Menyediakan *Splash Screen* dan *Onboarding*.
2. Menyediakan fitur integrasi informasi *Coffee Shop* dalam satu aplikasi
3. Menyediakan fitur filter dan personalisasi preferensi (harga, fasilitas, suasana, jarak).
4. Menyediakan fitur rekomendasi terbaik (*Best Match*)
5. Menyediakan fitur informasi detail *Coffee Shop* yang lengkap dan terstandarisasi
6. Menyediakan fitur informasi lokasi *Coffee Shop* (*integrasi Google Maps*)
7. Menyediakan fitur *search*, *best recommendation*, dan *Coffee Shop Nearby*
8. Menyediakan fitur *Bookmark* atau *Favorite*
9. Menyediakan fitur “Ngopi Bareng” (Event)
10. Menyediakan fitur *Review* dan rating pengguna yang interaktif

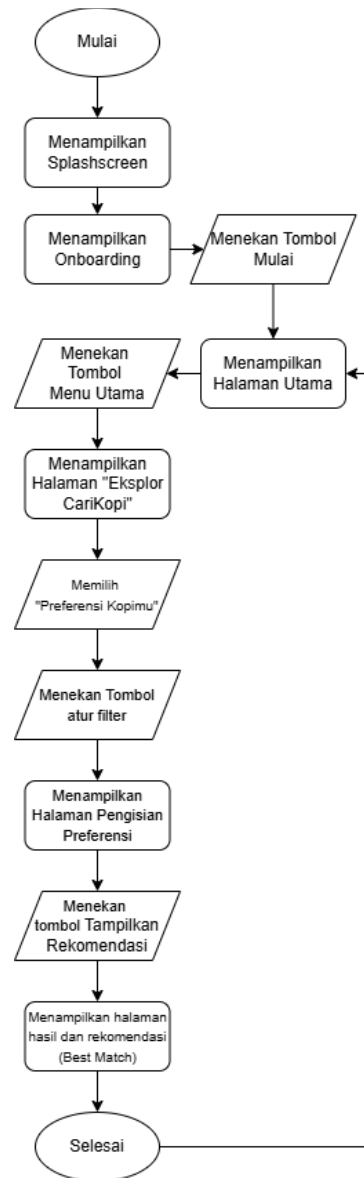
4.4.2 *Userflow*

Userflow merupakan serangkaian langkah yang dilalui oleh pengguna dalam menggunakan suatu produk untuk menyelesaikan tujuan tertentu.. Userflow dapat menjadi alat untuk menemukan cara alternatif dalam menganalisis permasalahan serta mengidentifikasi solusi inovatif terhadap isu utama yang dialami oleh pengguna dalam mencari *Coffee Shop* di Kota Bandung.

Userflow berperan penting bagi pengguna dalam memahami dan menggunakan aplikasi, karena pengguna memerlukan alur proses yang jelas agar dapat menemukan *Coffee Shop* yang sesuai dengan kebutuhan mereka secara lebih efektif dan efisien. Berikut ini merupakan gambaran

Userflow aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* di Kota Bandung yang dirancang untuk membantu pengguna dalam menemukan, memilih, hingga mengevaluasi *Coffee Shop* secara lebih terstruktur dan mudah digunakan.

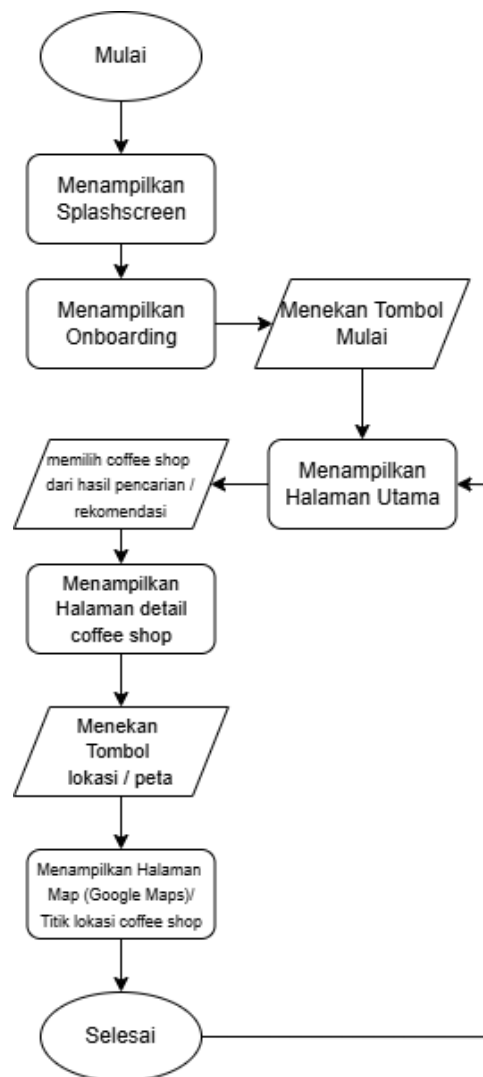
1. Userflow Filter & Eksplorasi Berdasarkan Preferensi. Berikut gambar dibawah ini merupakan Pencarian & Eksplorasi Berdasarkan Preferensi: Userflow



Gambar 4. 4 Userflow Filter Dan Eksplorasi *Coffee Shop*

Gambar 4.4 menunjukkan Userflow filter dan eksplorasi *Coffee Shop* melalui fitur preferensi pengguna . Userflow ini dirancang berdasarkan hasil tahap empathize dan *User Persona* yang menunjukkan bahwa pengguna, khususnya mahasiswa, freelancer, dan pekerja WFC, mengalami kesulitan dalam menemukan *Coffee Shop* yang sesuai karena informasi yang tersebar dan tidak terstruktur . Oleh karena itu, alur ini memenuhi kebutuhan pengguna dalam mendapatkan rekomendasi yang lebih personal melalui pengisian preferensi seperti harga, fasilitas, dan suasana, sehingga proses pencarian menjadi lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing persona.

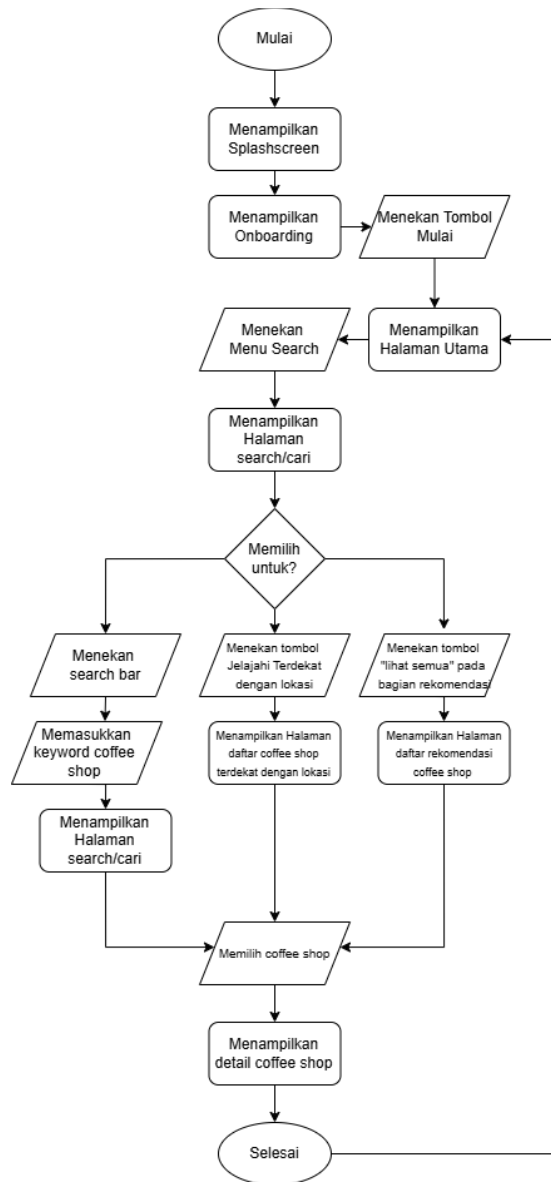
2. Userflow Melihat Detail *Coffee Shop* dan Lokasi. Berikut gambar dibawah ini merupakan Userflow Melihat Detail *Coffee Shop* dan Lokasi:



Gambar 4. 5 Userflow Detail *Coffee Shop*

Gambar 4.5 menunjukkan Userflow dalam melihat detail *Coffee Shop* dan lokasi . Userflow ini mengacu pada hasil empathize dan *User Persona* yang menunjukkan bahwa pengguna membutuhkan informasi lengkap seperti fasilitas, harga, suasana, serta lokasi yang akurat sebelum memutuskan untuk berkunjung . Oleh karena itu, alur ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam memperoleh informasi secara terstruktur dan visual melalui halaman detail dan peta, sehingga dapat mengurangi ketidakpastian dalam memilih *Coffee Shop*.

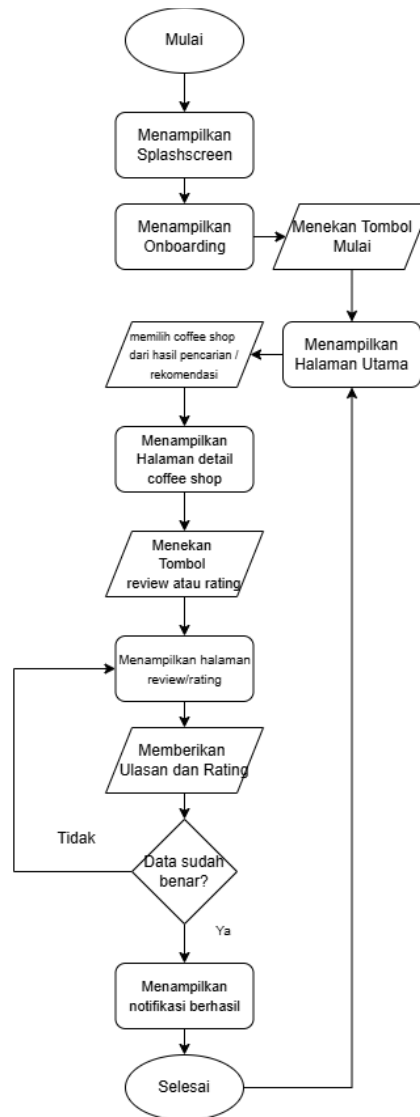
3. Userflow Pencarian *Coffee Shop* (*Search*). Berikut gambar dibawah ini merupakan Userflow Pencarian *Coffee Shop* (*Search*):



Gambar 4. 6 Userflow Pencarian *Coffee Shop*

Gambar 4.6 menunjukkan Userflow pencarian *Coffee Shop* melalui berbagai metode seperti search, *Nearby*, dan rekomendasi . Userflow ini mengacu pada hasil empathize dan *User Persona* yang menunjukkan bahwa pengguna sering menggunakan beberapa *platform* seperti Google Maps, Instagram, dan TikTok secara bersamaan untuk mencari *Coffee Shop*, sehingga proses menjadi tidak efisien . Oleh karena itu, alur ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam melakukan pencarian secara terintegrasi dalam satu aplikasi dengan berbagai opsi pencarian.

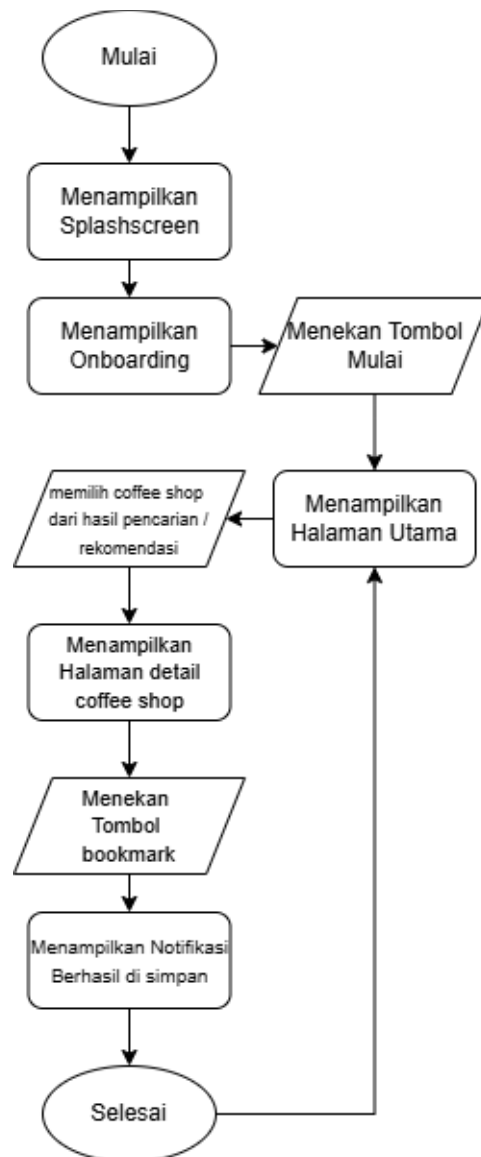
4. Userflow *Review* dan Rating. Berikut gambar dibawah ini merupakan Userflow *Review* dan Rating:



Gambar 4. 7 Userflow Ulasan Dan Rating *Coffee Shop*

Gambar 4.7 menunjukkan Userflow dalam memberikan ulasan dan rating *Coffee Shop*. Userflow ini mengacu pada hasil empathize dan *User Persona* yang menunjukkan bahwa pengguna sangat bergantung pada *Review* untuk menentukan pilihan, namun seringkali informasi ulasan tidak lengkap atau tidak sesuai dengan kondisi nyata. Oleh karena itu, alur ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam memberikan dan mendapatkan feedback secara langsung dan terpercaya dari pengguna lain.

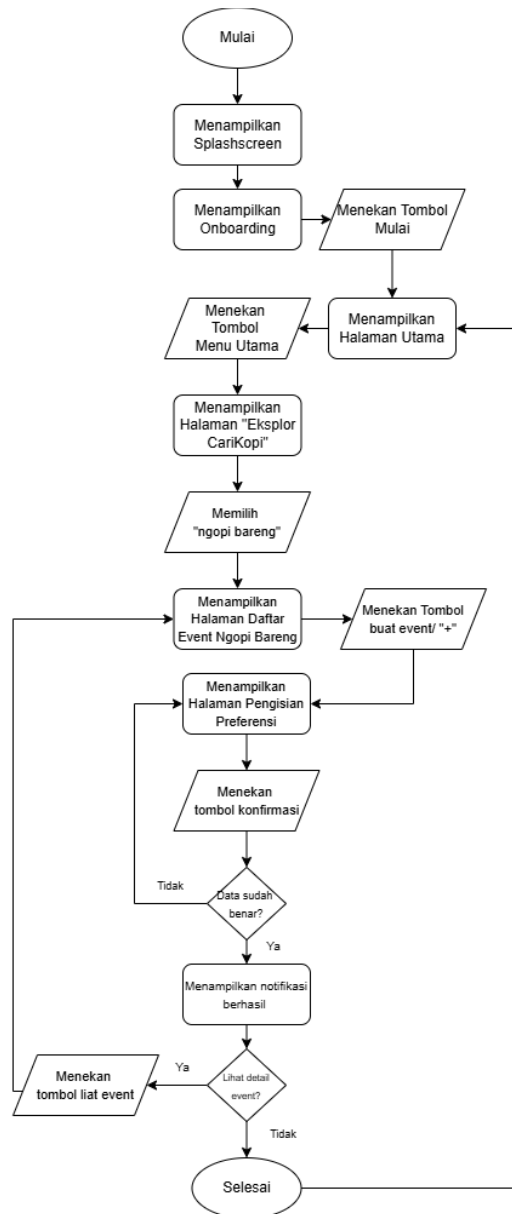
5. Userflow *Bookmark / Favorite*. Berikut gambar dibawah ini merupakan Userflow *Bookmark / Favorite*:



Gambar 4. 8 Userflow Menyimpan *Coffee Shop*

Gambar 4.8 menunjukkan Userflow dalam menyimpan *Coffee Shop* ke dalam fitur *Bookmark*. Userflow ini mengacu pada hasil empathize dan *User Persona* yang menunjukkan bahwa pengguna sering kesulitan menemukan kembali *Coffee Shop* yang sebelumnya telah dilihat atau diminati . Oleh karena itu, alur ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam menyimpan dan mengakses kembali *Coffee Shop* secara lebih mudah dan efisien.

6. Userflow Ngopi Bareng (Event). Berikut gambar dibawah ini merupakan Userflow Ngopi Bareng (Event):



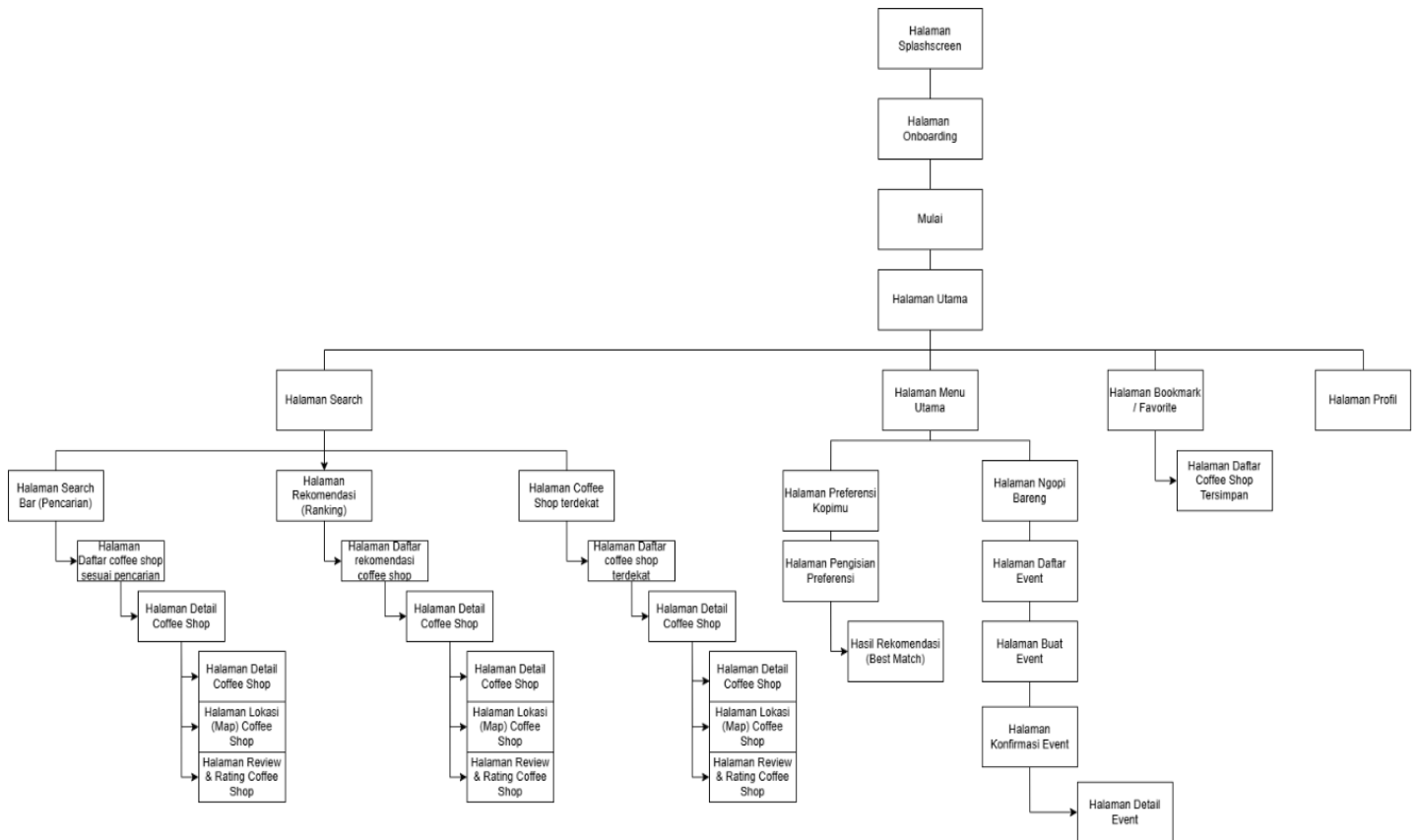
Gambar 4. 9 Userflow Membuat Dan Mengelola Event

Gambar 4.9 menunjukkan Userflow dalam membuat dan mengelola event “Ngopi Bareng”. Userflow ini mengacu pada hasil empathize dan *User Persona* yang menunjukkan bahwa pengguna mengalami kesulitan dalam menentukan tempat ngopi bersama karena harus berdiskusi panjang melalui chat dengan preferensi yang berbeda-beda. Oleh karena itu, alur ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam merencanakan kegiatan bersama secara lebih terstruktur, efisien, dan terintegrasi dalam satu aplikasi.

4.4.3 Sitemap

Sitemap merupakan representasi visual yang menggambarkan struktur dari sebuah situs atau aplikasi. Denah yang menunjukkan bagaimana berbagai bagian saling terhubung,

sehingga mempermudah pengguna dalam menavigasi situs atau aplikasi, terutama yang memiliki lebih dari satu halaman.



Gambar 4. 10 Sitemap

Penjelasan dari setiap halaman aplikasi CariKopi akan dijelaskan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.12 Sitemap

No	Nama Halaman	Fungsi Halaman
1	Halaman <i>Splash Screen</i>	Menampilkan logo dan identitas aplikasi saat pertama kali dibuka.
2	Halaman <i>Onboarding</i>	Memberikan pengenalan awal mengenai fitur dan fungsi aplikasi kepada pengguna.
3	Halaman Utama (Home)	Menjadi pusat navigasi utama yang menghubungkan seluruh fitur dalam aplikasi.
4	Halaman Pencarian (Search/Cari)	Memungkinkan pengguna mencari <i>Coffee Shop</i> melalui kata kunci, rekomendasi, dan lokasi terdekat.
5	Halaman Rekomendasi (Ranking)	Menampilkan <i>Coffee Shop</i> berdasarkan rating dan popularitas.
6	Halaman <i>Coffee Shop Nearby</i>	Menampilkan <i>Coffee Shop</i> terdekat berdasarkan lokasi pengguna.
7	Halaman Detail <i>Coffee Shop</i>	Menyediakan informasi lengkap seperti foto, rating, ulasan, fasilitas, dan harga.

8	Halaman Lokasi (Map)	Menampilkan titik lokasi <i>Coffee Shop</i> melalui integrasi peta.
9	Halaman Preferensi Kopimu	Menyediakan fitur untuk mengatur preferensi pengguna sebelum mendapatkan rekomendasi.
10	Halaman Pengisian Preferensi	Digunakan untuk menginput kebutuhan pengguna secara bertahap.
11	Halaman Hasil Rekomendasi (<i>Best Match</i>)	Menampilkan <i>Coffee Shop</i> yang sesuai dengan preferensi pengguna.
12	Halaman Ngopi Bareng	Menampilkan daftar event ngopi bersama yang tersedia.
13	Halaman Buat Event	Digunakan untuk membuat event ngopi bareng.
14	Halaman Konfirmasi Event	Menampilkan notifikasi bahwa event berhasil dibuat.
15	Halaman Detail Event	Menampilkan informasi detail dari event yang dibuat atau dipilih.
16	Halaman <i>Bookmark / Favorite</i>	Menyimpan daftar <i>Coffee Shop</i> yang telah dipilih oleh pengguna.
17	Halaman <i>Review & Rating</i>	Memungkinkan pengguna memberikan ulasan dan penilaian terhadap <i>Coffee Shop</i> .
18	Halaman Profil	Menampilkan informasi akun pengguna.

Berdasarkan Tabel 4.12, struktur Sitemap aplikasi *Coffee Shop* mencakup halaman *Splash Screen*, *Onboarding*, dan halaman utama sebagai pusat navigasi pengguna.

Selain itu, *Sitemap* ini juga mencakup fitur utama seperti pencarian *Coffee Shop*, rekomendasi berdasarkan rating dan popularitas, *Coffee Shop* terdekat berdasarkan lokasi, serta fitur preferensi pengguna untuk mendapatkan rekomendasi *Best Match*. *Sitemap* juga mencakup halaman detail *Coffee Shop* yang dilengkapi dengan informasi lokasi, ulasan, dan rating, serta fitur tambahan seperti *Bookmark* untuk menyimpan *Coffee Shop*.

Dan fitur “Ngopi Bareng” untuk mendukung interaksi sosial antar pengguna. *Sitemap* ini, memastikan struktur navigasi aplikasi menjadi lebih jelas dan terorganisir, sehingga memudahkan pengguna dalam menemukan, memilih, dan mengevaluasi *Coffee Shop* secara efektif dan efisien.

4.5 *Prototype*

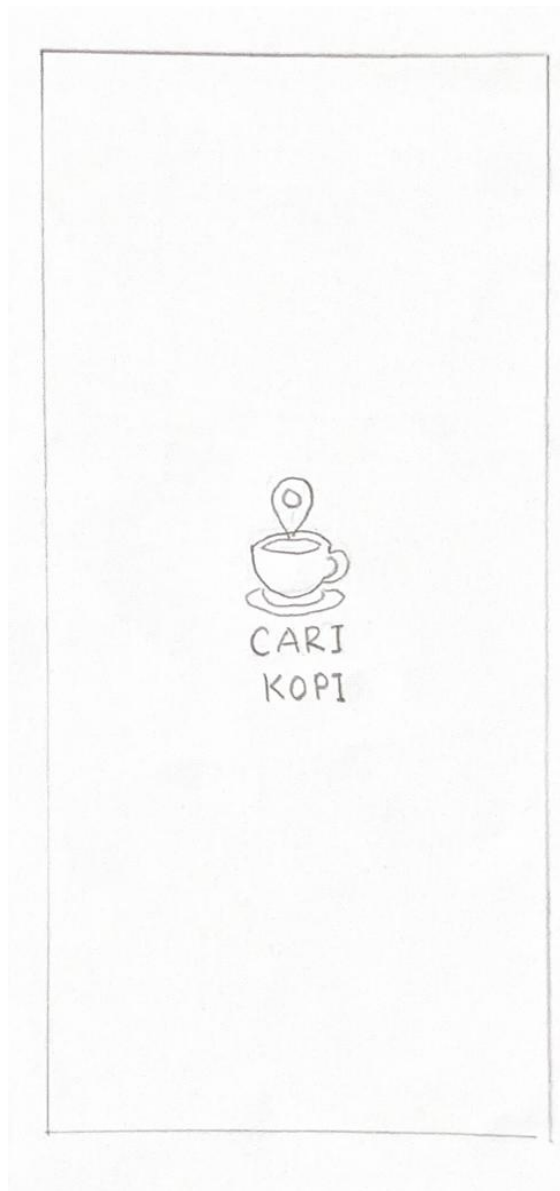
Tahap *Prototype* digunakan untuk mengidentifikasi masalah lebih awal, mengoreksi asumsi atau interpretasi yang salah, serta mengurangi biaya kesalahan. Tahap ini digunakan untuk membuat rancangan tampilan aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* di Kota Bandung berbasis *mobile* berdasarkan tahap ideate, pada tahap ini penulis menggunakan *Low-Fidelity* dan *high fidelity*.

4.5.1 *Low-Fidelity*

Low-Fidelity merupakan kerangka dasar yang digunakan sebagai tahap awal dalam proses perancangan desain. Pada tahap ini, penulis menggunakan paper *Prototype* untuk menggambarkan alur dan struktur antarmuka aplikasi secara sederhana sebelum masuk ke tahap desain yang lebih detail.

1. Paper *Prototype Low-Fidelity* halaman *Splash Screen*

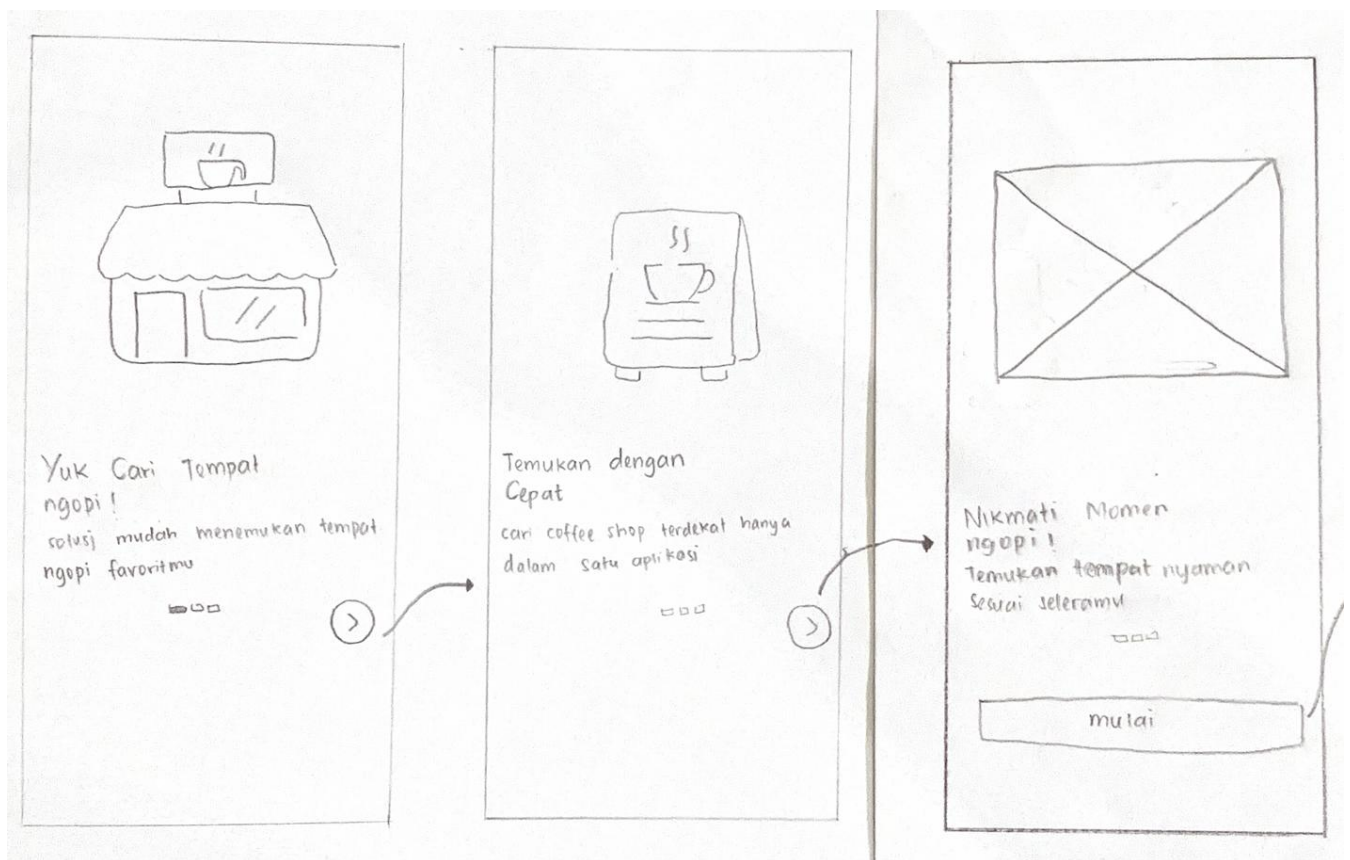
Berikut merupakan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman *Splash Screen*, termasuk juga halaman *Onboarding*, halaman utama, pada aplikasi "CariKopi":



Gambar 4. 11 Paper *Prototype (Low-Fidelity)* Halaman *Splash Screen*

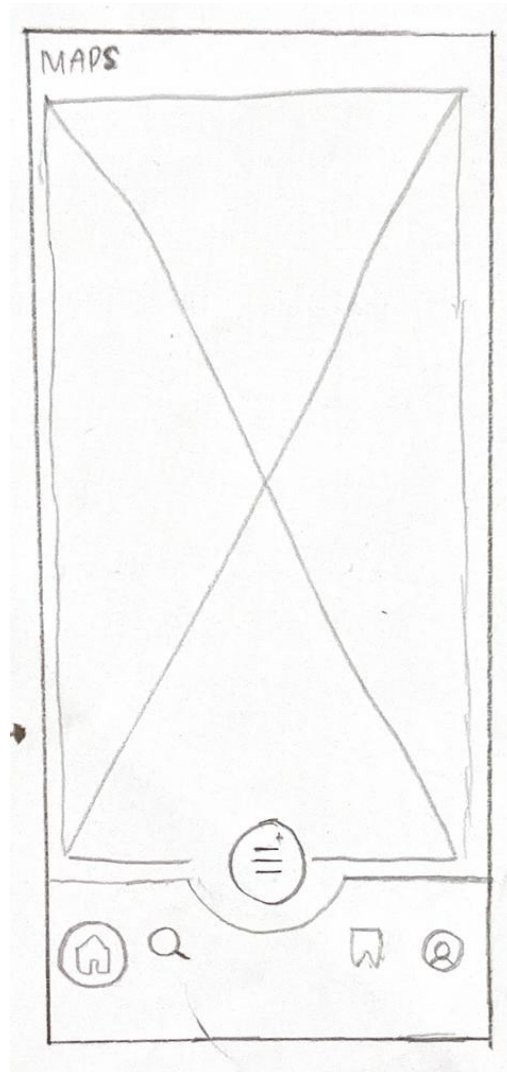
Gambar 4.11 menampilkan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman *Splash Screen* pada aplikasi “CariKopi”. Halaman ini berfungsi sebagai tampilan awal saat pengguna membuka aplikasi dengan menampilkan identitas aplikasi sebelum masuk ke sistem. Tampilan ini mengacu pada seluruh Userflow pada aplikasi, yaitu Gambar 4.4 hingga Gambar 4.9, karena setiap alur dimulai dari tahap awal berupa *Splash Screen* sebelum pengguna melanjutkan ke proses berikutnya.

Setelah halaman *Splash Screen*, kemudian halaman *Onboarding*, berikut ini adalah paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman *Onboarding* :



Gambar 4. 12 Paper *Prototype (Low-Fidelity)* Halaman *Onboarding*

Gambar 4.12 menampilkan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman *Onboarding* pada aplikasi “CariKopi”. Halaman ini berfungsi untuk memberikan informasi awal mengenai tujuan dan fungsi aplikasi kepada pengguna. Tampilan ini mengacu pada seluruh Userflow (Gambar 4.4–4.9) karena *Onboarding* merupakan tahap awal yang selalu dilalui pengguna sebelum masuk ke halaman utama dalam setiap alur penggunaan aplikasi. Berikut ini adalah paper *Prototype (Low-Fidelity)* halaman utama :

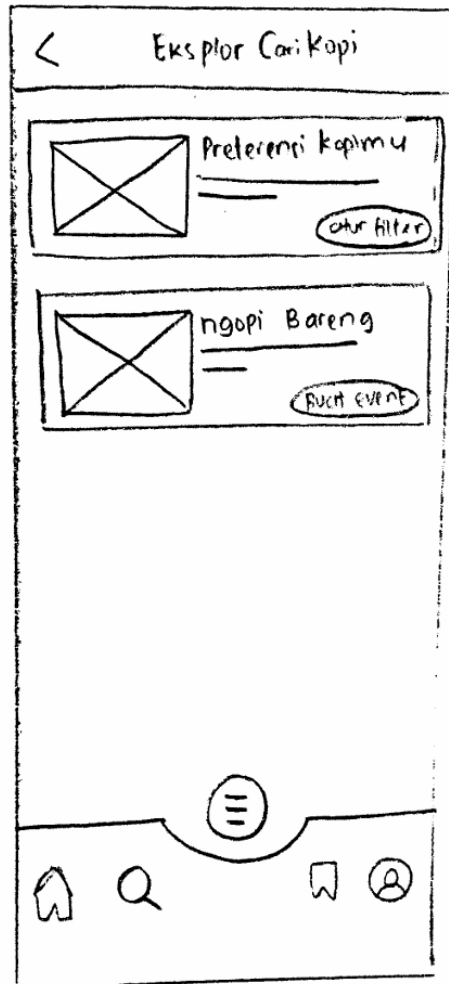


Gambar 4. 13 Paper *Prototype* (*Low-Fidelity*) Halaman Utama

Gambar 4.13 menampilkan paper *Prototype* (*Low-Fidelity*) dari halaman utama aplikasi “CariKopi”. Halaman ini berfungsi sebagai pusat navigasi utama yang menyediakan akses ke berbagai fitur seperti pencarian, eksplorasi, dan *Bookmark*. Tampilan ini mengacu pada seluruh Userflow yaitu Gambar 4.4 (filter & preferensi), Gambar 4.5 (detail & lokasi), Gambar 4.6 (search), Gambar 4.7 (review), Gambar 4.8 (*Bookmark*), dan Gambar 4.9 (ngopi bareng) sebagai titik awal pengguna dalam mengakses setiap fitur.

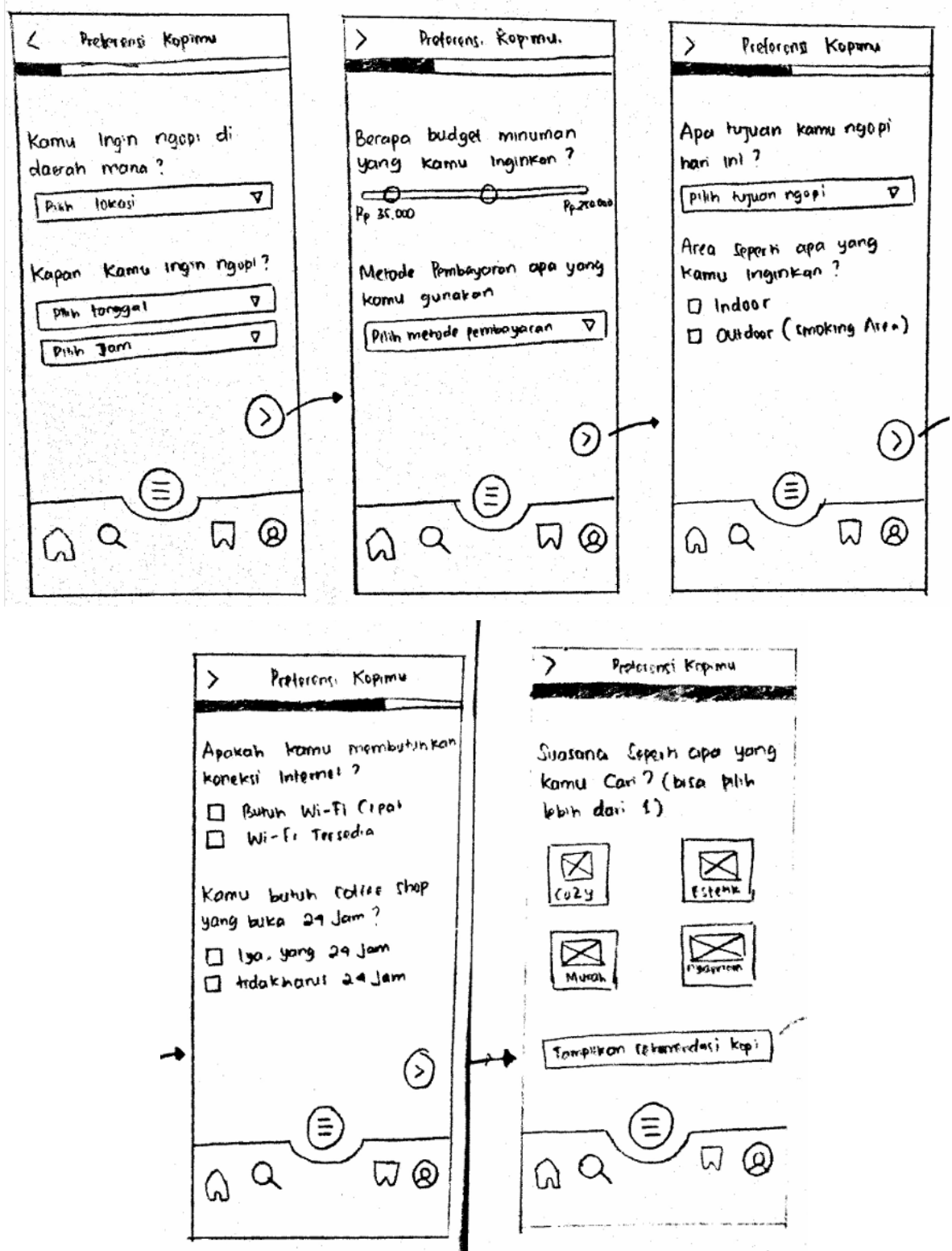
2. Paper *Prototype Low-Fidelity* halaman filter dan personalisasi preferensi (harga, fasilitas, suasana, jarak).

Dimulai dari, Berikut merupakan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman “Eksplor CariKopi”:



Gambar 4. 14 Paper *Prototype (Low-Fidelity)* Halaman “Eksplor Carikopi”

Gambar 4.14 menampilkan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman “Eksplor CariKopi”. Halaman ini berfungsi sebagai penghubung ke fitur “Preferensi Kopimu” dan “Ngopi Bareng”. Tampilan ini secara spesifik mengacu pada Userflow Gambar 4.4 (filter & eksplorasi berdasarkan preferensi) dan Gambar 4.9 (ngopi bareng), karena halaman ini menjadi titik awal pengguna dalam memilih alur pencarian berbasis preferensi atau aktivitas sosial. Setelah halaman Eksplor CariKopi, kemudian halaman Preferensi Kopimu, berikut ini adalah paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman Preferensi Kopimu :

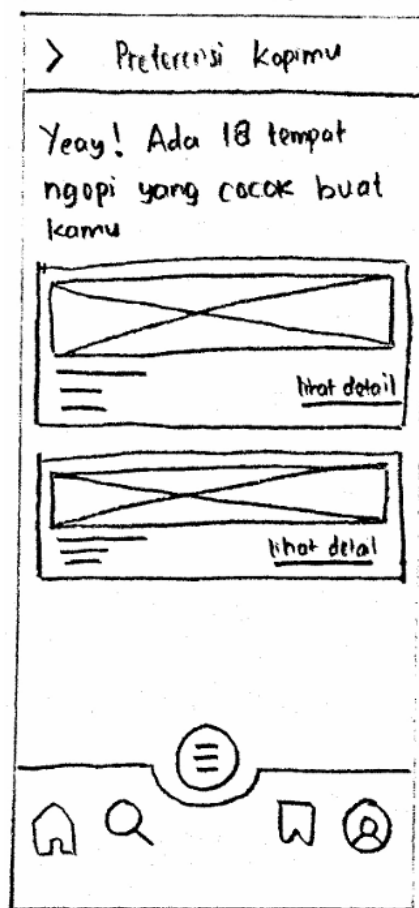


Gambar 4. 15 Paper Prototype (Low-Fidelity) Halaman "Preferensi Kopimu"

Gambar 4.15 menampilkan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman “Preferensi Kopimu”. Halaman ini berfungsi untuk mengumpulkan preferensi pengguna melalui form bertahap. Tampilan ini mengacu pada Userflow Gambar 4.4 (filter dan eksplorasi *Coffee Shop*), khususnya pada tahap pengisian preferensi sebelum sistem menampilkan hasil rekomendasi.

3. Paper *Prototype Low-Fidelity* halaman rekomendasi terbaik (*Best Match*).

Setelah seluruh preferensi diisi, pengguna dapat menekan tombol untuk menampilkan rekomendasi *Coffee Shop*. Sistem kemudian akan memproses data yang telah dimasukkan dan menampilkan halaman Hasil Rekomendasi (*Best Match*). Berikut adalah paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman Rekomendasi (*Best Match*).

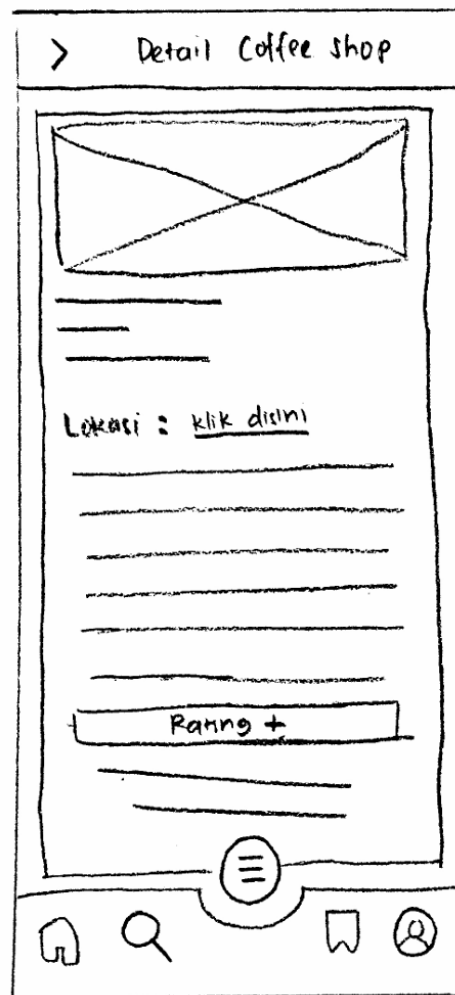


Gambar 4. 16 Paper *Prototype (Low-Fidelity)* Halaman Hasil Rekomendasi *Coffee Shop (Best Match)*

Gambar 4.16 menampilkan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman hasil rekomendasi *Coffee Shop (Best Match)*. Halaman ini berfungsi menampilkan hasil *Coffee Shop* yang sesuai dengan preferensi pengguna. Tampilan ini mengacu pada Userflow Gambar 4.4 (filter dan eksplorasi *Coffee Shop*), yaitu pada tahap akhir setelah sistem memproses input preferensi pengguna. Selanjutnya, sistem menampilkan daftar *Coffee Shop* dalam bentuk kartu (card) yang berisi informasi singkat seperti gambar tempat, nama *Coffee Shop*, serta tombol “Lihat Detail”.

4. Paper *Prototype Low-Fidelity* halaman informasi detail *Coffee Shop*.

Berikut merupakan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman informasi detail *Coffee Shop*:

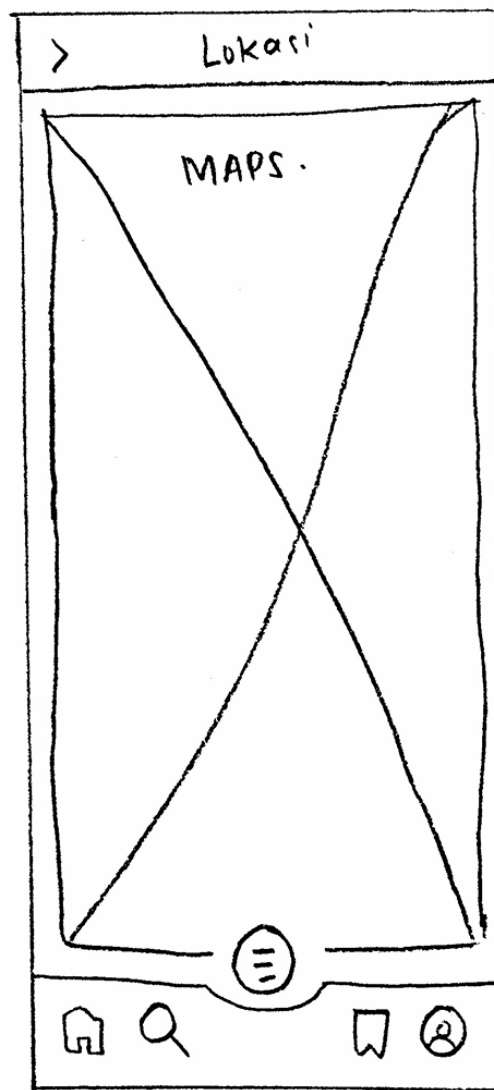


Gambar 4. 17 Paper *Prototype (Low-Fidelity)* Halaman Detail *Coffee Shop*

Gambar 4.17 menampilkan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman detail *Coffee Shop*. Halaman ini berfungsi menampilkan informasi lengkap mengenai *Coffee Shop* yang dipilih pengguna. Tampilan ini mengacu pada Userflow Gambar 4.5 (melihat detail *Coffee Shop* dan lokasi) serta Gambar 4.6 (pencarian *Coffee Shop*), karena halaman detail dapat diakses dari hasil pencarian maupun rekomendasi.

5. Paper *Prototype Low-Fidelity* halaman informasi lokasi *Coffee Shop*.

Berikut merupakan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman informasi lokasi *Coffee Shop*:

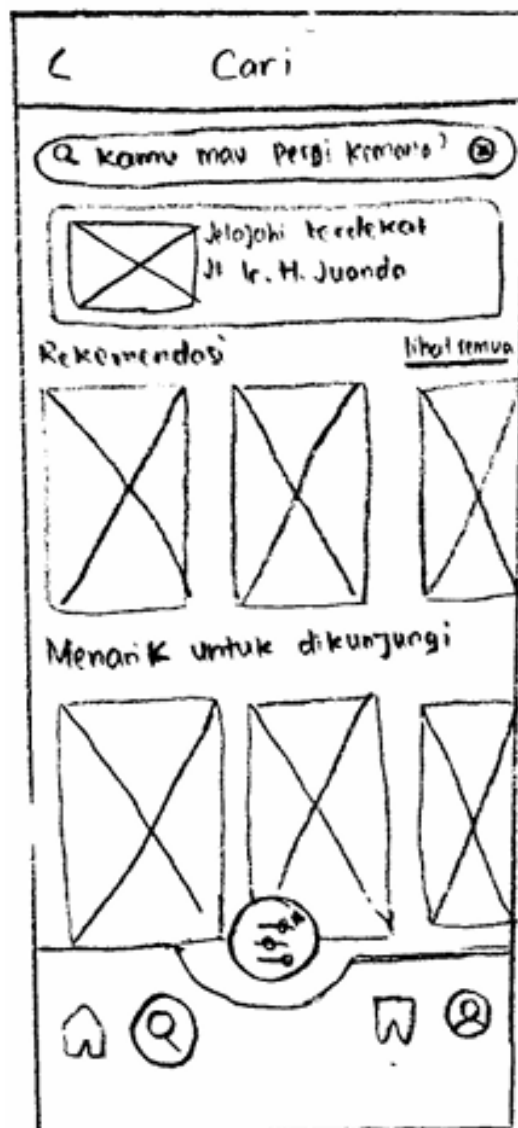


Gambar 4. 18 Paper *Prototype (Low-Fidelity)* Dari Halaman Informasi Lokasi *Coffee Shop*

Gambar 4.18 menampilkan paper *Prototype* (Low-Fidelity) dari halaman lokasi *Coffee Shop*. Halaman ini berfungsi menampilkan posisi *Coffee Shop* melalui peta. Tampilan ini mengacu pada Userflow Gambar 4.5 (melihat detail *Coffee Shop* dan lokasi), khususnya pada tahap ketika pengguna melihat lokasi melalui peta.

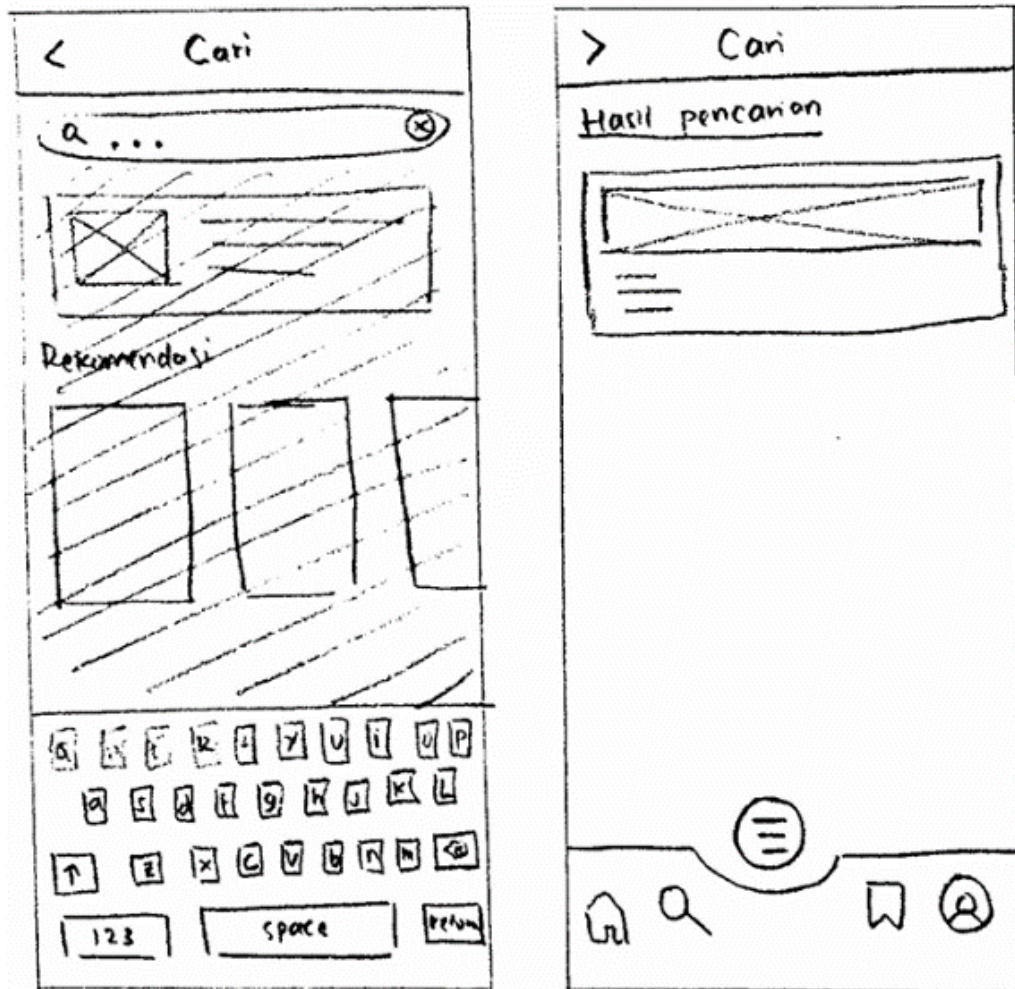
6. Paper *Prototype* Low-Fidelity halaman *Search*, *Best Recommendation*, dan *Nearby*.

Berikut merupakan paper *Prototype* (Low-Fidelity) dari halaman pencarian (*search/cari*):



Gambar 4. 19 Paper *Prototype* (Low-Fidelity) Dari Halaman Pencarian (*Search/Cari*)

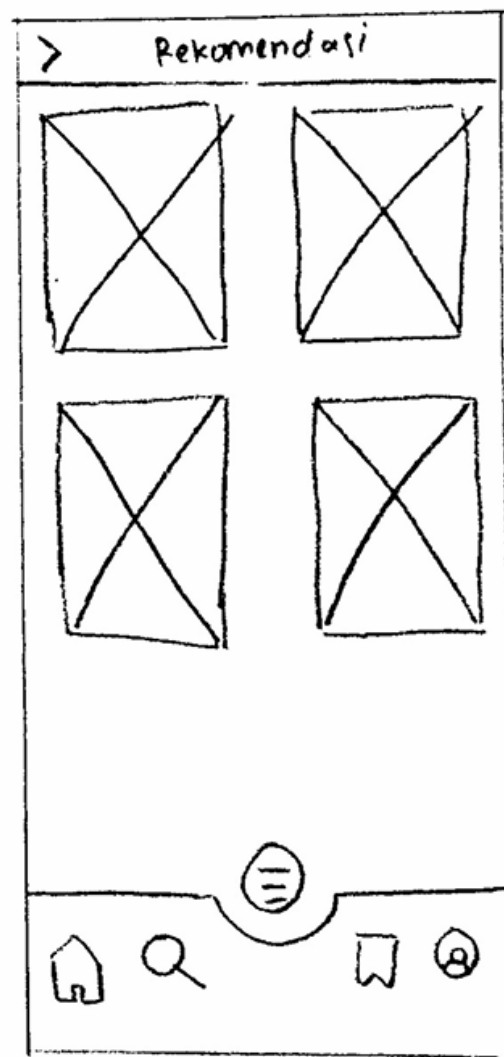
Gambar 4.19 menampilkan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman pencarian (search/cari). Halaman ini berfungsi sebagai pusat pencarian *Coffee Shop* melalui berbagai metode. Tampilan ini mengacu pada Userflow Gambar 4.6 (pencarian *Coffee Shop*), yang memungkinkan pengguna mencari berdasarkan keyword, *Nearby*, maupun rekomendasi. Selain halaman pencarian, kemudian halaman *Search By Keyword*, berikut ini adalah paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman *Search By Keyword* :



Gambar 4. 20 Paper *Prototype (Low-Fidelity)* Halaman Pencarian Berdasarkan Kata Kunci

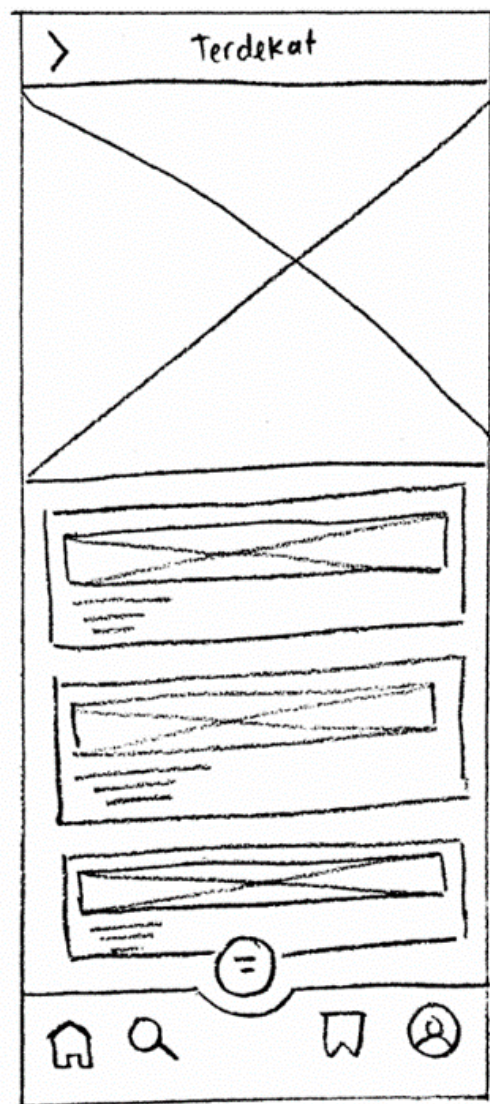
Gambar 4.20 menampilkan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman pencarian berdasarkan kata kunci. Halaman ini berfungsi untuk mencari *Coffee Shop* secara spesifik melalui input pengguna. Tampilan ini mengacu pada Userflow Gambar 4.6 (pencarian *Coffee Shop*), khususnya pada skenario pencarian menggunakan keyword.

Kemudian halaman Rekomendasi, berikut ini adalah paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman rekomendasi:



Gambar 4. 21 Paper *Prototype (Low-Fidelity)* Halaman Rekomendasi

Gambar 4.21 menampilkan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman rekomendasi. Halaman ini berfungsi menampilkan *Coffee Shop* berdasarkan rating dan popularitas. Tampilan ini mengacu pada Userflow Gambar 4.6 (pencarian *Coffee Shop*), pada bagian eksplorasi rekomendasi yang tersedia di halaman pencarian. Setelah halaman rekomendasi, kemudian halaman jelajahi terdekat, berikut ini adalah paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman jelajahi terdekat :

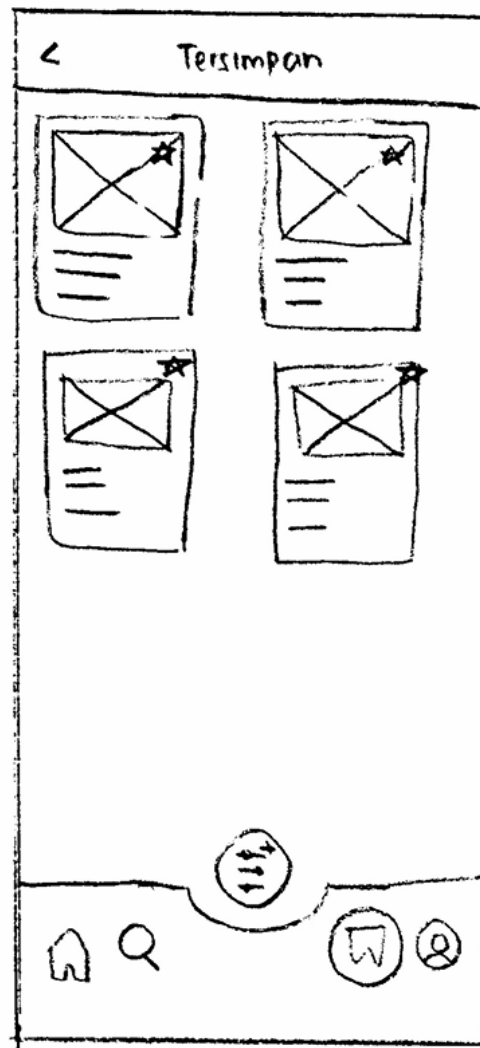


Gambar 4. 22 Paper *Prototype (Low-Fidelity)* Dari Halaman *Coffee Shop* Terdekat (*Nearby*)

Gambar 4.22 menampilkan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman *Coffee Shop* terdekat (*Nearby*). Halaman ini berfungsi menampilkan *Coffee Shop* berdasarkan lokasi pengguna. Tampilan ini mengacu pada Userflow Gambar 4.6 (pencarian *Coffee Shop*), khususnya pada fitur “Jelajahi Terdekat”.

7. Paper *Prototype Low-Fidelity* halaman *Bookmark / Favorite*.

Berikut merupakan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman *Bookmark / Favorite*:

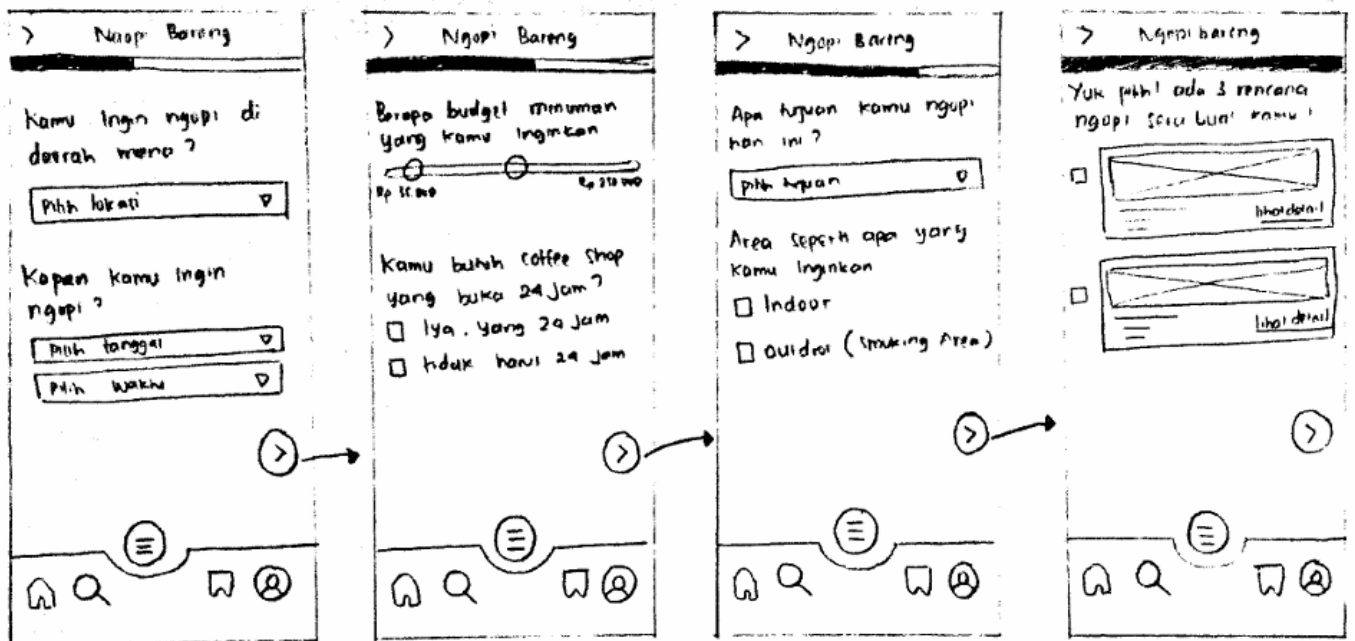
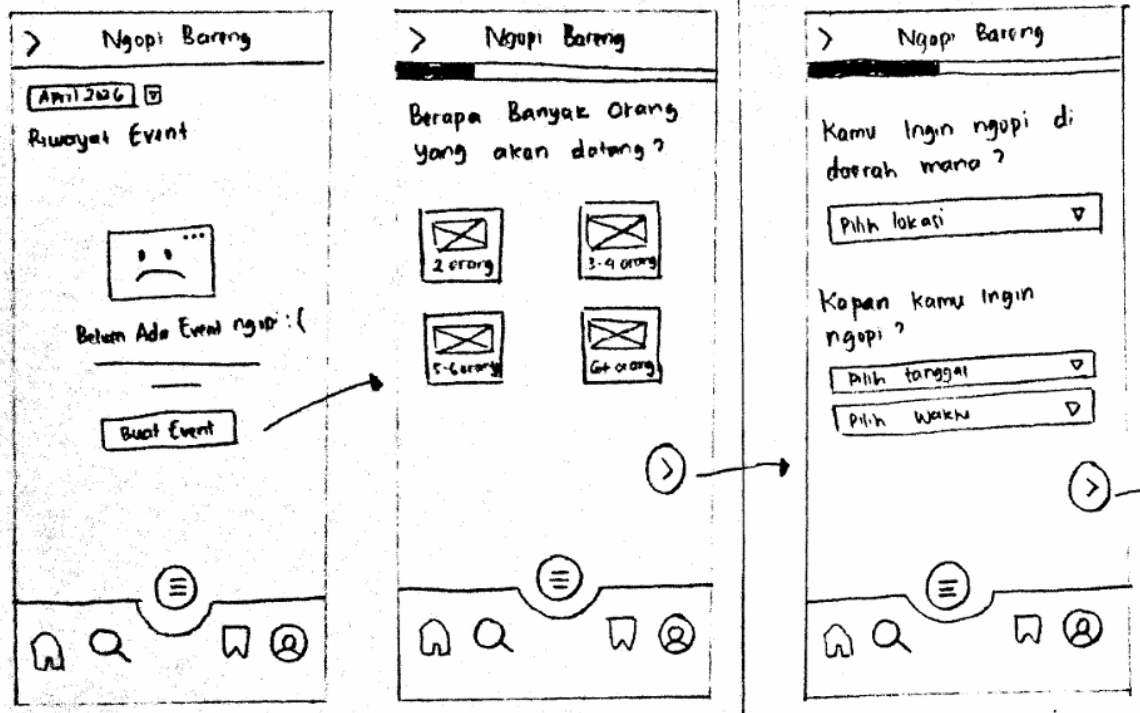


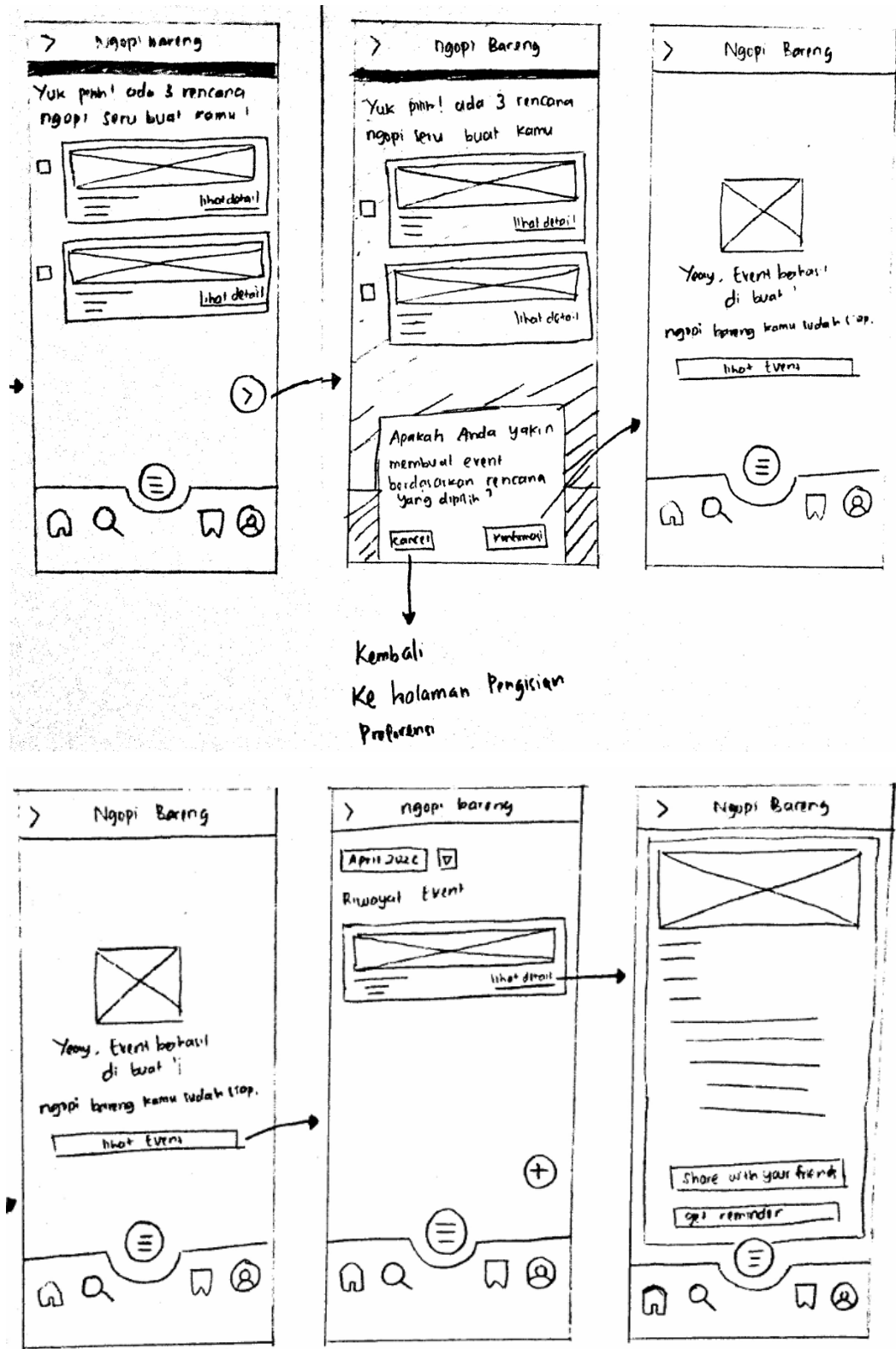
Gambar 4. 23 Paper *Prototype* (Low-Fidelity) Fitur *Bookmark* Atau *Favorite*

Gambar 4.23 menampilkan paper *Prototype* (Low-Fidelity) dari fitur *Bookmark* atau *Favorite*. Halaman ini berfungsi menyimpan *Coffee Shop* pilihan pengguna. Tampilan ini mengacu pada Userflow Gambar 4.8 (*Bookmark/Favorite*), yaitu ketika pengguna menyimpan *Coffee Shop* dari halaman detail.

8. Paper *Prototype* Low-Fidelity halaman Ngopi Bareng (Event).

Berikut merupakan paper *Prototype* (Low-Fidelity) dari halaman Ngopi Bareng (Event).:



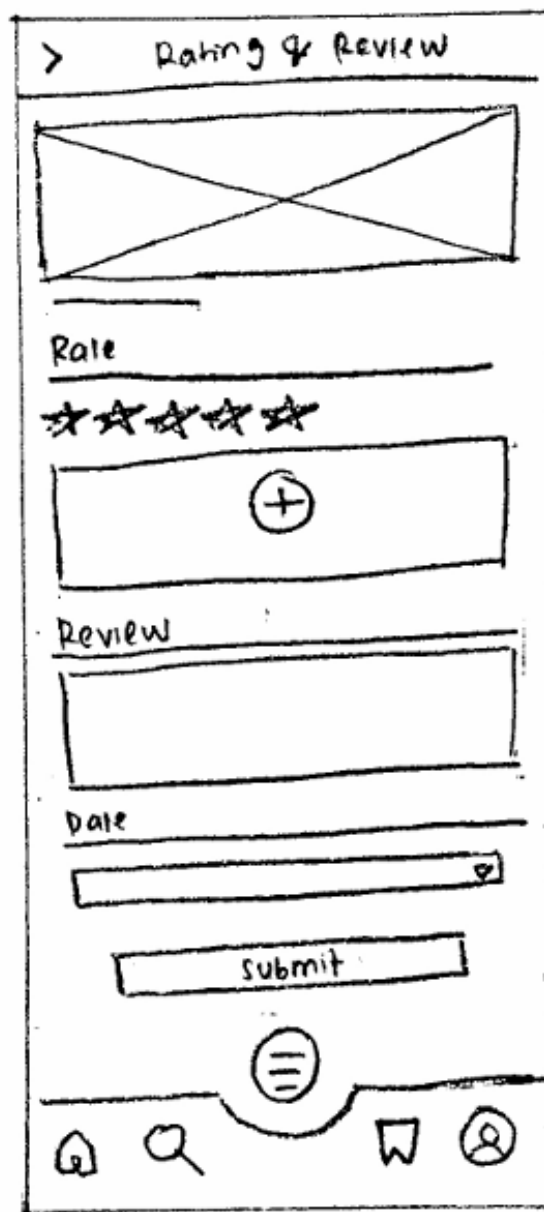


Gambar 4. 24 Paper Prototype (Low-Fidelity) Dari Fitur "Ngopi Bareng"

Gambar 4.24 menampilkan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari fitur “Ngopi Bareng”. Halaman ini berfungsi untuk membuat dan mengelola event ngopi bersama. Tampilan ini mengacu pada Userflow Gambar 4.9 (ngopi bareng/event), mulai dari pembuatan event hingga konfirmasi kegiatan.

9. Paper *Prototype Low-Fidelity* halaman *Review* dan *Rating*.

Berikut merupakan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari halaman *Review* dan *Rating*:



Gambar 4. 25 Paper *Prototype (Low-Fidelity)* Dari Fitur *Review* Dan *Rating*

Gambar 4.25 menampilkan paper *Prototype (Low-Fidelity)* dari fitur *Review* dan *rating*. Halaman ini berfungsi untuk memberikan ulasan dan penilaian terhadap *Coffee Shop*. Tampilan ini mengacu pada Userflow Gambar 4.7 (*Review* dan *rating*), yaitu pada tahap pengguna memberikan feedback setelah melihat atau mengunjungi *Coffee Shop*.

4.5.2 *High-Fidelity*

High-Fidelity merupakan pengembangan dari *Low-Fidelity*. Perbedaan mendasar antara keduanya terletak pada penerapan warna dan skala yang telah dimasukkan ke dalam rancangan desain. *High fidelity* merupakan versi yang hampir menyerupai produk akhir.

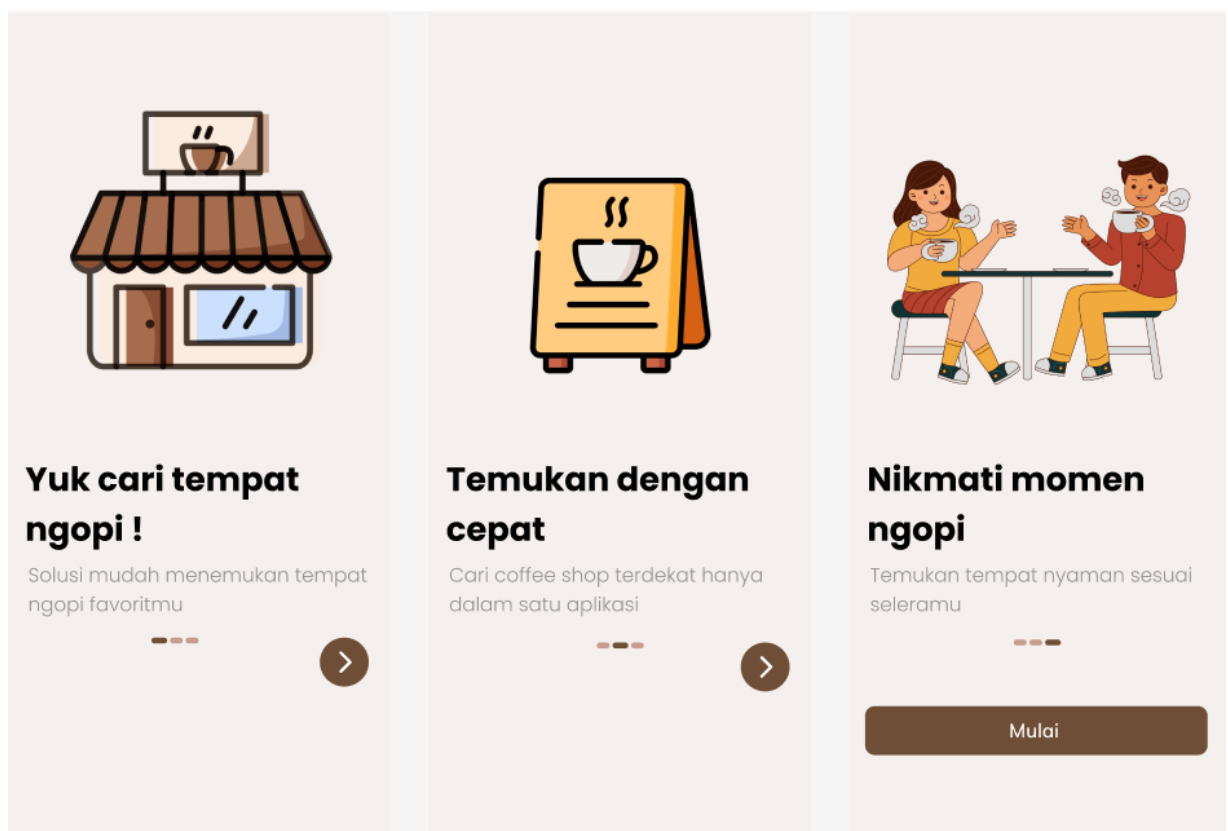
1. Wireframe *High-Fidelity* Halaman *Splash Screen*

Berikut merupakan wireframe *High-Fidelity* dari halaman *Splash Screen* termasuk juga halaman *Onboarding*, halaman utama, pada aplikasi "CariKopi":

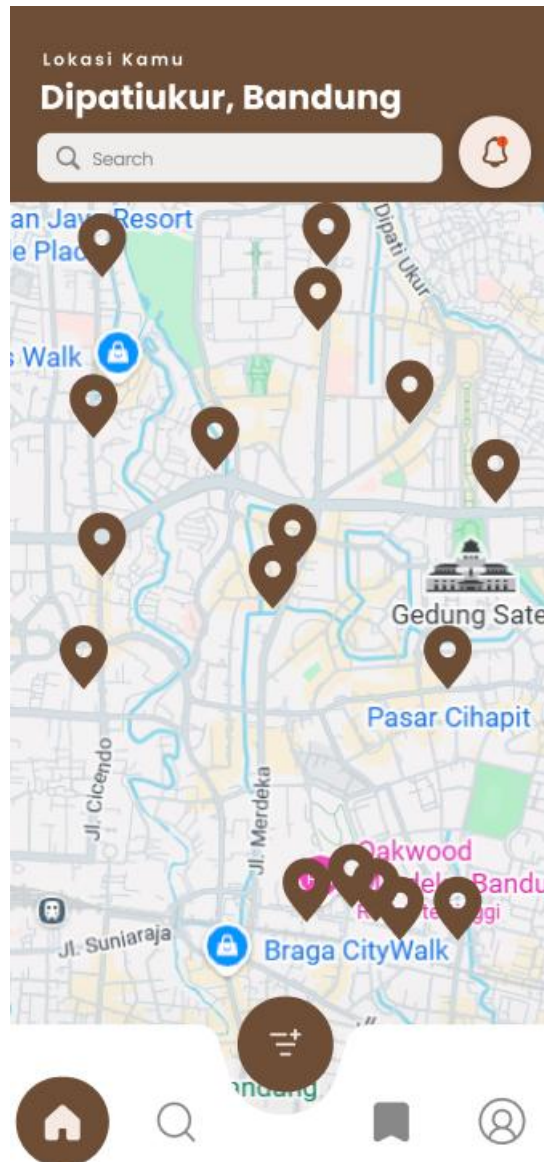


Gambar 4. 26 Wireframe *High-Fidelity* Halaman *Splash Screen*

Gambar 4.26 menampilkan *High-Fidelity* dari halaman *Splash Screen* pada aplikasi “CariKopi”. Halaman ini berfungsi sebagai tampilan awal ketika pengguna membuka aplikasi dengan menampilkan logo serta identitas visual aplikasi secara lebih modern dan konsisten. Tampilan ini merupakan pengembangan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman *Splash Screen* pada Gambar 4.11 yang sebelumnya hanya menampilkan struktur dasar tanpa elemen visual seperti warna, tipografi, dan branding. Setelah halaman *Splash Screen*, pengguna akan diarahkan ke halaman *Onboarding*.

Gambar 4. 27 Wireframe *High-Fidelity* Halaman *Onboarding*

Gambar 4.27 menampilkan *High-Fidelity* dari halaman *Onboarding* pada aplikasi “CariKopi”. Halaman ini berfungsi memberikan pengenalan fitur aplikasi melalui ilustrasi, teks, dan tombol navigasi yang lebih interaktif. Tampilan ini dikembangkan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman *Onboarding* pada Gambar 4.12 yang sebelumnya hanya berupa sketsa informasi tanpa visual yang menarik dan interaksi yang jelas. Selanjutnya, pengguna akan masuk ke halaman utama.

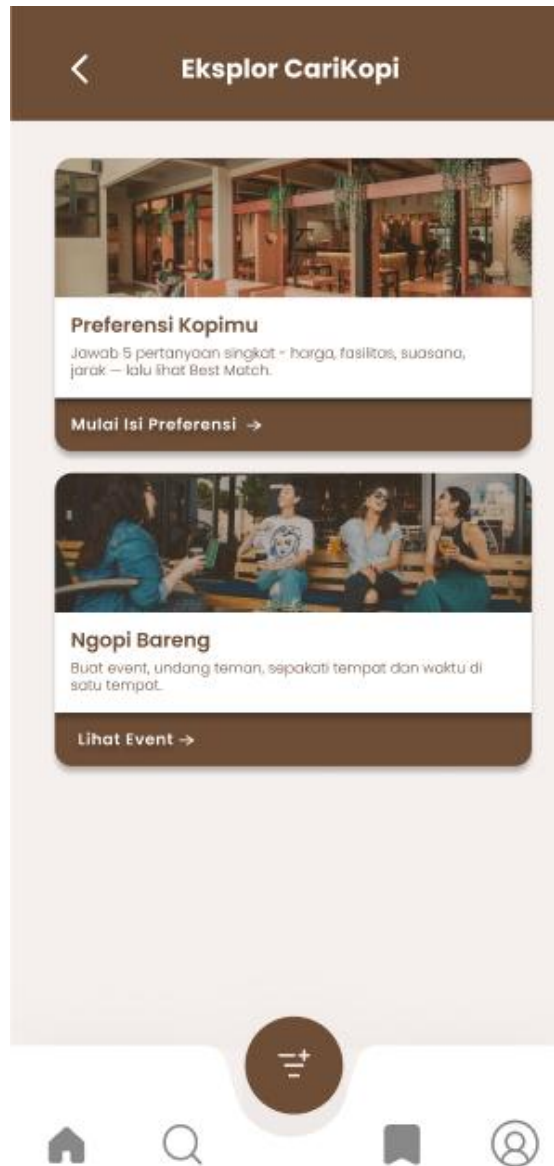


Gambar 4. 28 Wireframe *High-Fidelity* Halaman Utama

Gambar 4.28 menampilkan *High-Fidelity* dari halaman utama aplikasi “CariKopi” . Halaman ini berfungsi sebagai pusat navigasi utama dengan tampilan card *Coffee Shop*, peta, serta navigasi yang lebih interaktif. Tampilan ini merupakan pengembangan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman utama pada Gambar 4.13 yang sebelumnya hanya menampilkan struktur layout tanpa elemen visual dan interaksi yang lengkap.

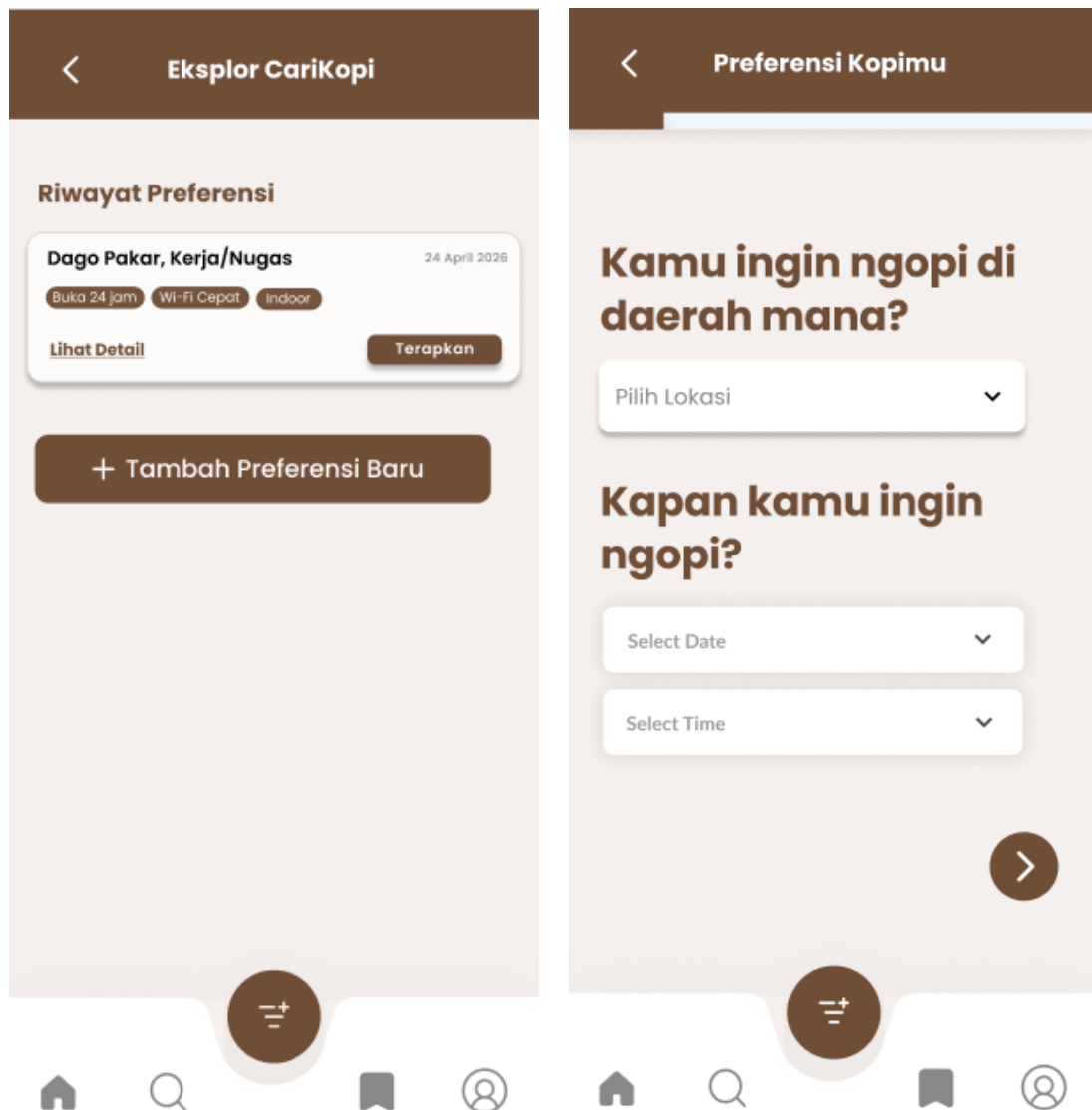
2. Wireframe *High-Fidelity* Halaman Filter Dan Personalisasi Preferensi (Harga, Fasilitas, Suasana, Jarak)

Berikut merupakan *High-Fidelity* dari halaman filter dan personalisasi preferensi (harga, fasilitas, suasana, jarak):



Gambar 4. 29 Wireframe *High-Fidelity* Halaman Filter Dan Personalisasi Preferensi (Harga, Fasilitas, Suasana, Jarak)

Gambar 4.29 menampilkan *High-Fidelity* dari halaman “Eksplor CariKopi”. Halaman ini berfungsi sebagai akses ke fitur “Preferensi Kopimu” dan “Ngopi Bareng” dengan tampilan card yang lebih menarik dan tombol aksi yang jelas. Tampilan ini dikembangkan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman eksplor pada Gambar 4.14 yang sebelumnya hanya menampilkan pembagian fitur secara sederhana. Selanjutnya halaman preferensi:



 **Preferensi Kopimu**

Berapa budget minuman yang kamu inginkan?

Rp.35.000Rp.250.000

Metode pembayaran apa yang kamu gunakan?

Pilih Metode Pembayaran



 **Preferensi Kopimu**

Apa tujuan kamu ngopi hari ini?

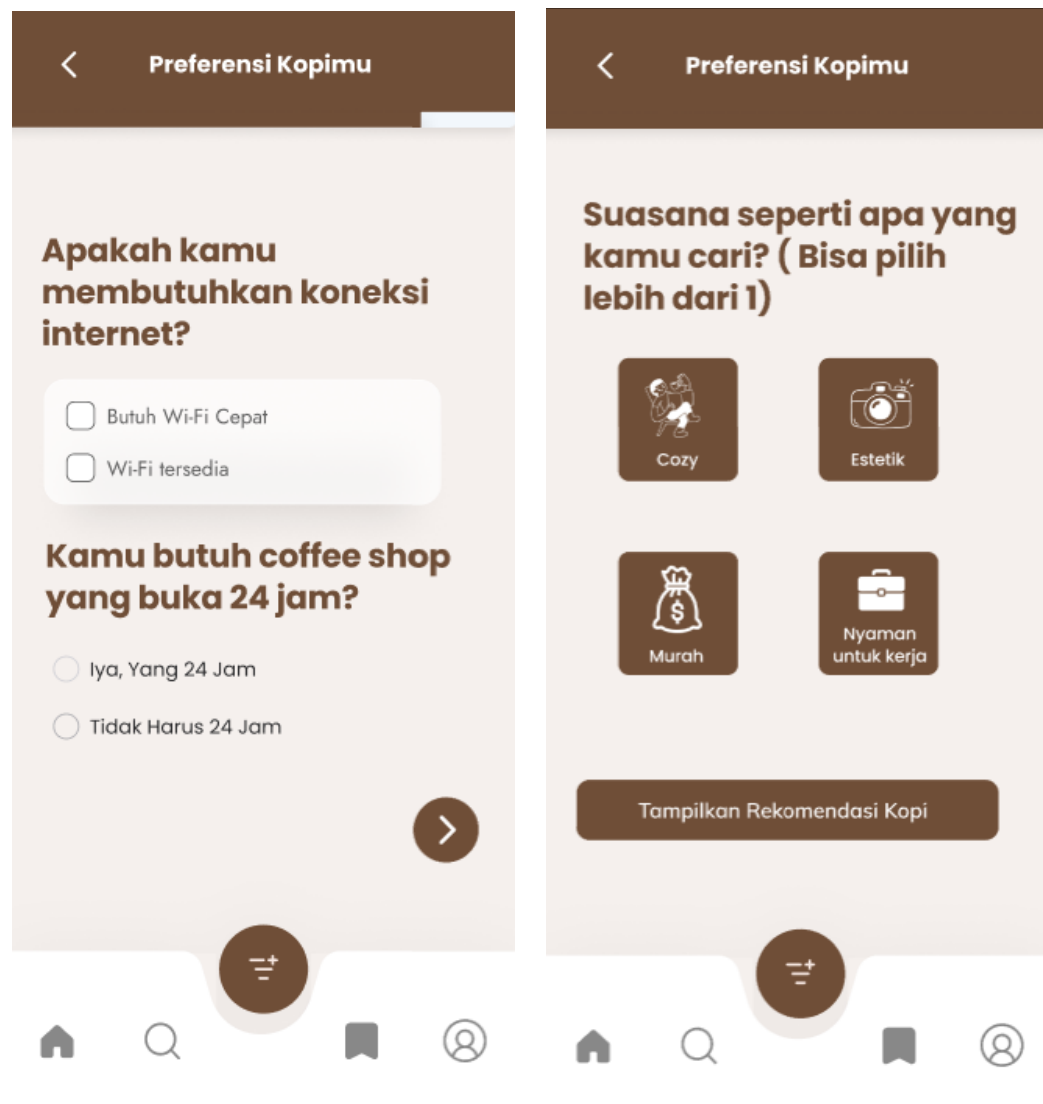
Pilih Tujuan Ngopi

Area seperti apa yang kamu inginkan?

☐ Indoor

☐ Outdoor (Smooking Area)



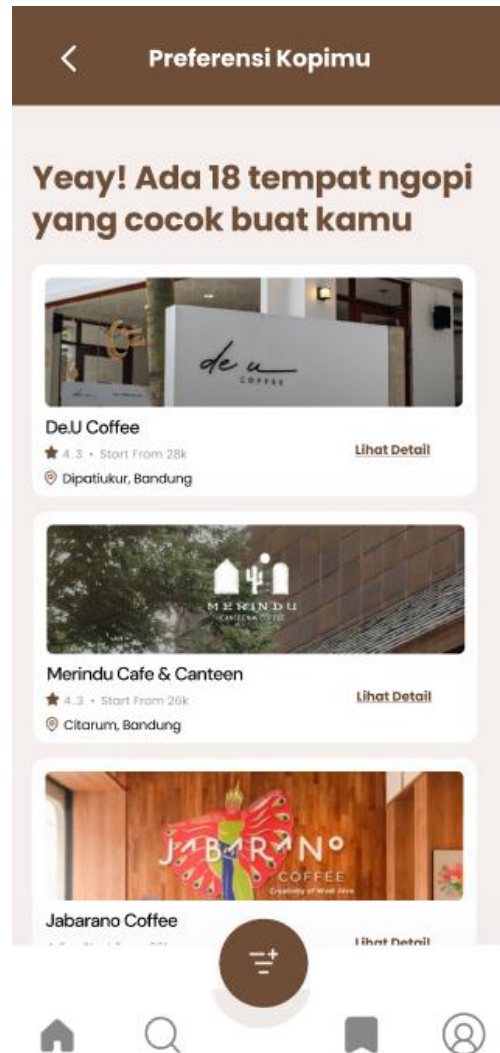


Gambar 4. 30 Wireframe *High-Fidelity* Halaman “Preferensi Kopimu”

Gambar 4.30 menampilkan *High-Fidelity* dari halaman “Preferensi Kopimu” . Halaman ini berfungsi untuk mengisi preferensi pengguna melalui form bertahap yang dilengkapi indikator progress, icon, dan visual yang lebih modern. Tampilan ini merupakan pengembangan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman preferensi pada Gambar 4.15 yang sebelumnya hanya berupa form sederhana tanpa elemen visual dan feedback.

3. Wireframe *High-Fidelity* Halaman Rekomendasi Terbaik (*Best Match*)

Berikut merupakan *High-Fidelity* dari halaman hasil rekomendasi *Coffee Shop* (*Best Match*):

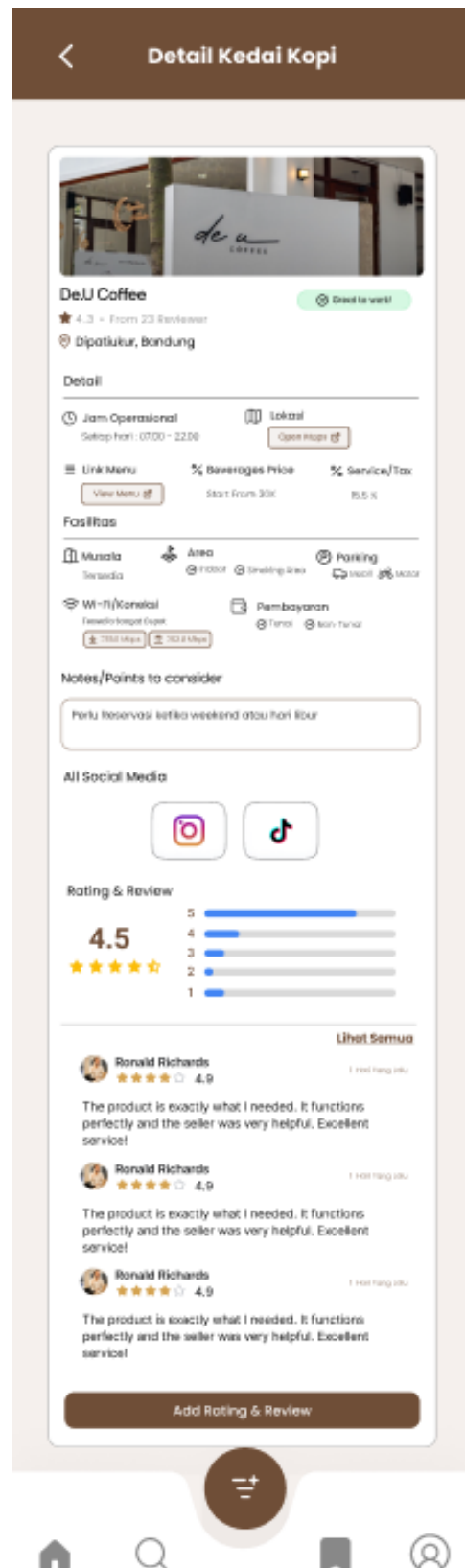


Gambar 4. 31 Wireframe *High-Fidelity* Halaman Hasil Rekomendasi *Coffee Shop (Best Match)*

Gambar 4.31 menampilkan *High-Fidelity* dari halaman hasil rekomendasi *Coffee Shop (Best Match)* . Halaman ini berfungsi menampilkan daftar *Coffee Shop* sesuai preferensi pengguna dalam bentuk card lengkap dengan gambar dan rating. Tampilan ini dikembangkan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman rekomendasi pada Gambar 4.16 yang sebelumnya hanya menampilkan daftar sederhana tanpa visual yang informatif.

4. Wireframe *High-Fidelity* Halaman Informasi Detail *Coffee Shop*

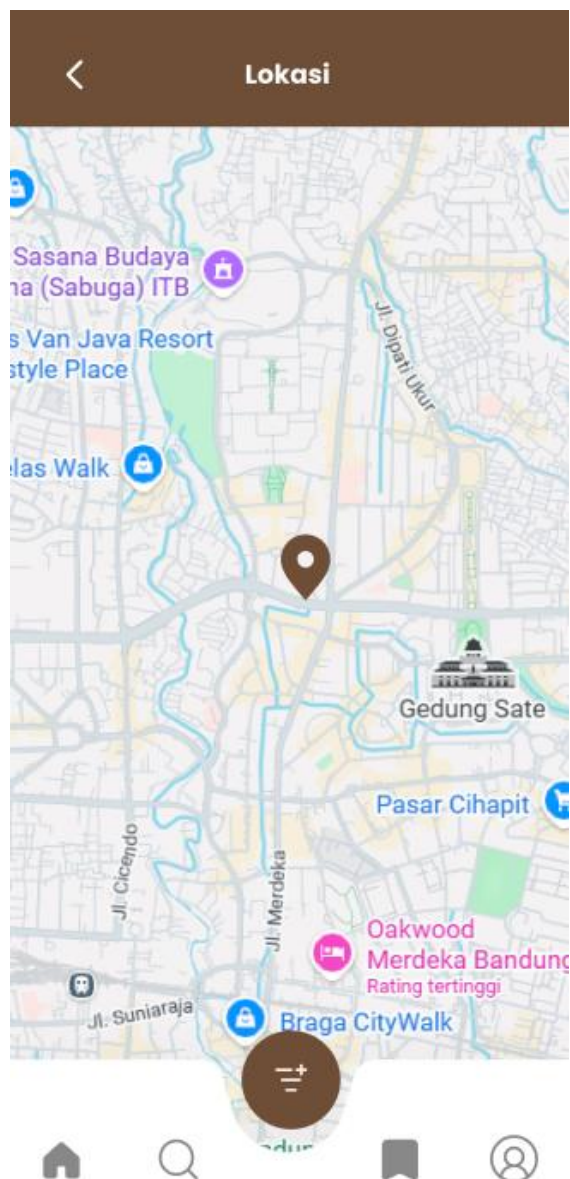
Berikut merupakan *High-Fidelity* dari halaman detail *Coffee Shop*:

Gambar 4. 32 Wireframe *High-Fidelity* Halaman *Detail Coffee Shop*

Gambar 4.32 menampilkan *High-Fidelity* dari halaman detail *Coffee Shop*. Halaman ini berfungsi menyajikan informasi lengkap seperti foto, fasilitas, harga, lokasi, dan ulasan pengguna dengan tampilan yang lebih terstruktur. Tampilan ini merupakan pengembangan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman detail pada Gambar 4.17 yang sebelumnya hanya menampilkan informasi dalam bentuk teks sederhana.

5. Wireframe *High-Fidelity* Halaman Lokasi *Coffee Shop*

Berikut merupakan *High-Fidelity* dari halaman lokasi *Coffee Shop*:



Gambar 4. 33 Wireframe *High-Fidelity* Halaman Lokasi *Coffee Shop*

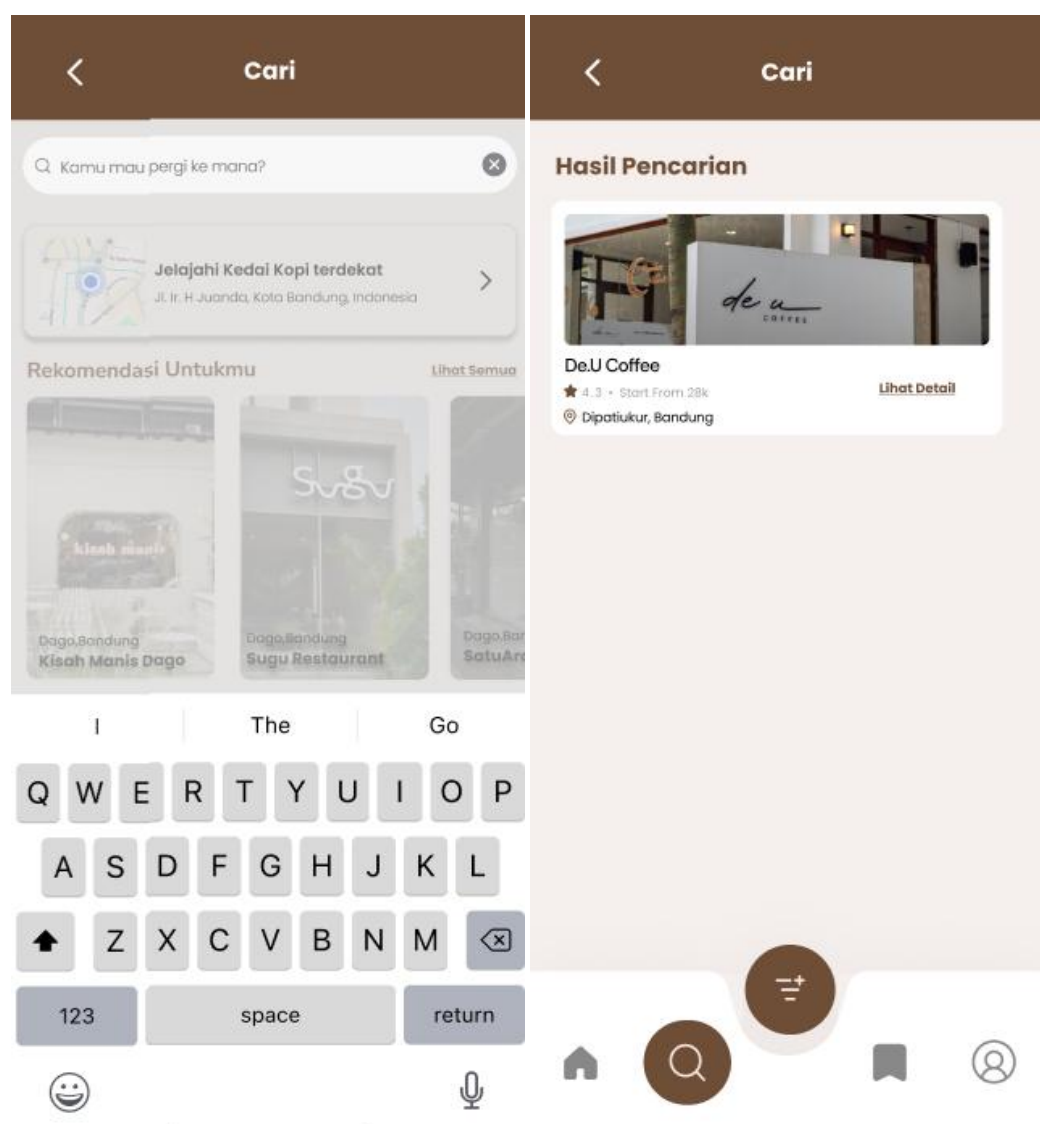
Gambar 4.33 menampilkan *High-Fidelity* dari halaman lokasi *Coffee Shop*. Halaman ini berfungsi menampilkan peta interaktif yang menunjukkan lokasi *Coffee Shop* secara akurat. Tampilan ini dikembangkan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman lokasi pada Gambar 4.18 yang sebelumnya hanya berupa representasi peta sederhana tanpa interaksi.

6. Wireframe *High-Fidelity* Halaman *Search*, *Best Recommendation*, Dan *Nearby*
Berikut merupakan *High-Fidelity* dari halaman pencarian (*search/cari*):



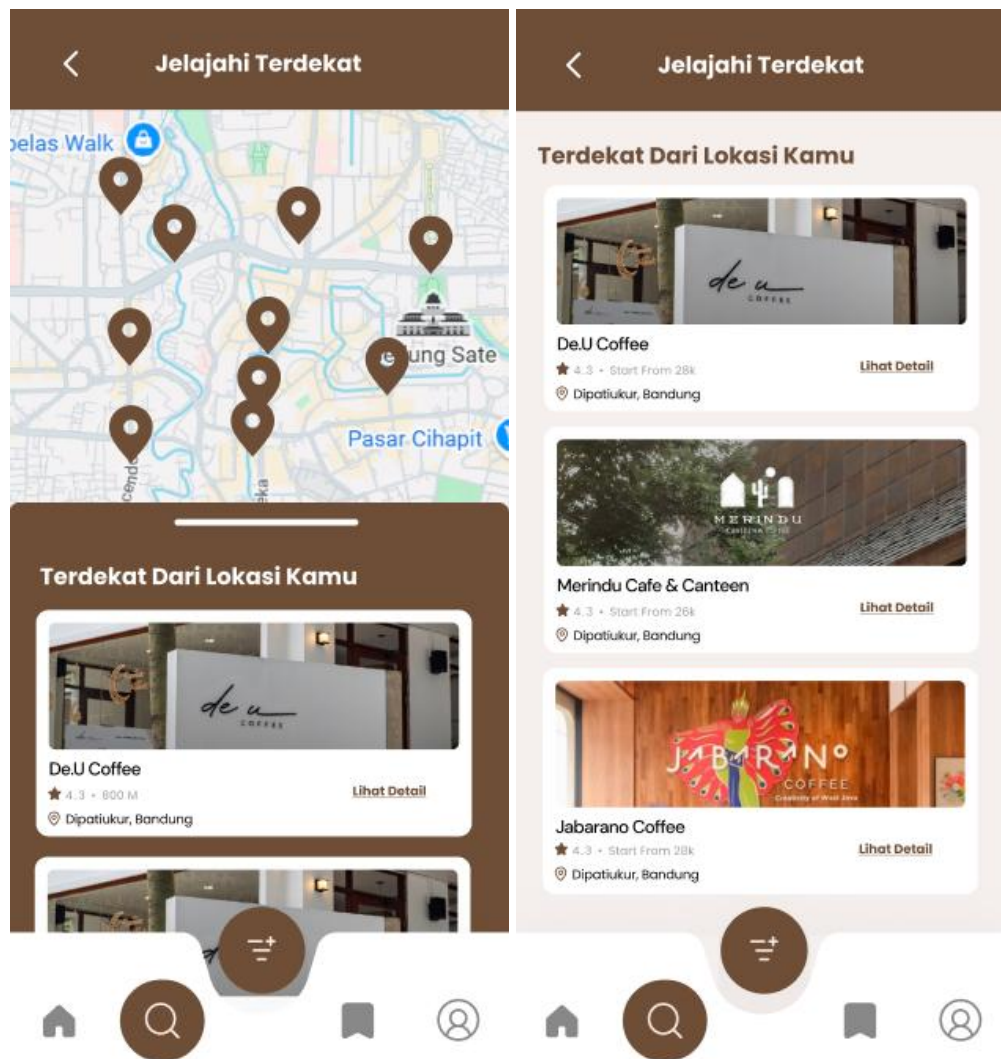
Gambar 4. 34 Wireframe *High-Fidelity* Halaman *Search*, *Best Recommendation*, Dan *Nearby*

Gambar 4.34 menampilkan *High-Fidelity* dari halaman pencarian (search/cari) . Halaman ini berfungsi membantu pengguna mencari *Coffee Shop* melalui *Search* bar dan menampilkan hasil dalam bentuk card yang informatif. Tampilan ini merupakan pengembangan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman pencarian pada Gambar 4.19 yang sebelumnya hanya berupa struktur pencarian sederhana. Selanjutnya halaman *Search By Keyword*:



Gambar 4. 35 Wireframe *High-Fidelity* Halaman *Search By Keyword*

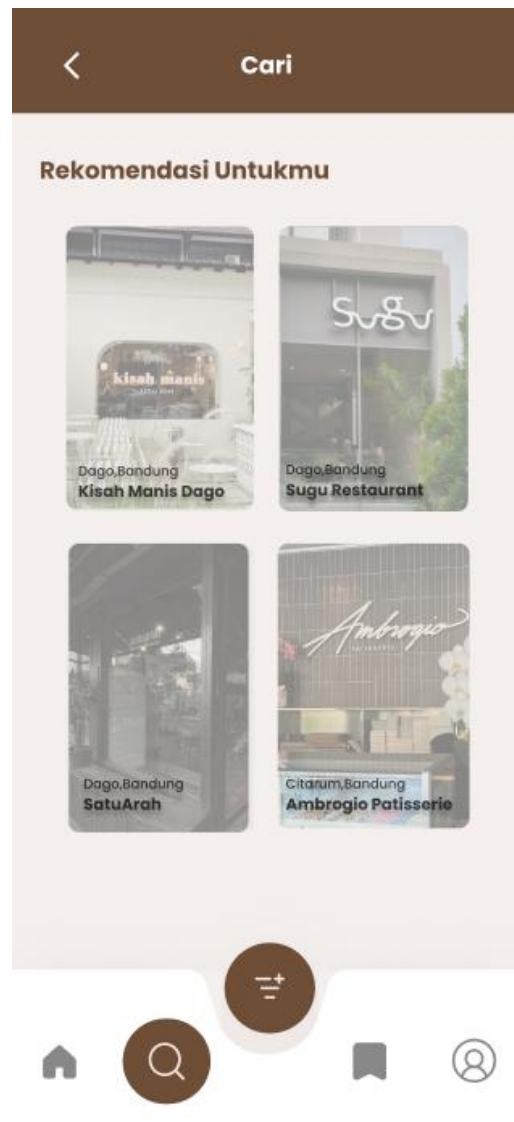
Gambar 4.35 menampilkan *High-Fidelity* dari halaman pencarian berdasarkan kata kunci. Halaman ini berfungsi menampilkan hasil pencarian secara real-time dengan tampilan yang lebih interaktif. Tampilan ini dikembangkan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman *Search By Keyword* pada Gambar 4.20 yang sebelumnya belum memiliki feedback hasil secara langsung. Kemudian halaman Jelajahi terdekat/*Nearby*:



Gambar 4. 36 Wireframe *High-Fidelity* Halaman Jelajahi Terdekat/*Nearby*

Gambar 4.36 menampilkan *High-Fidelity* dari halaman *Coffee Shop* terdekat (*Nearby*) . Halaman ini berfungsi menampilkan *Coffee Shop* berdasarkan lokasi pengguna dengan informasi jarak dan peta yang lebih jelas. Tampilan ini merupakan pengembangan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman *Nearby* pada Gambar 4.22 yang sebelumnya

hanya menampilkan konsep lokasi tanpa visual yang detail. Kemudian halaman rekomendasi:

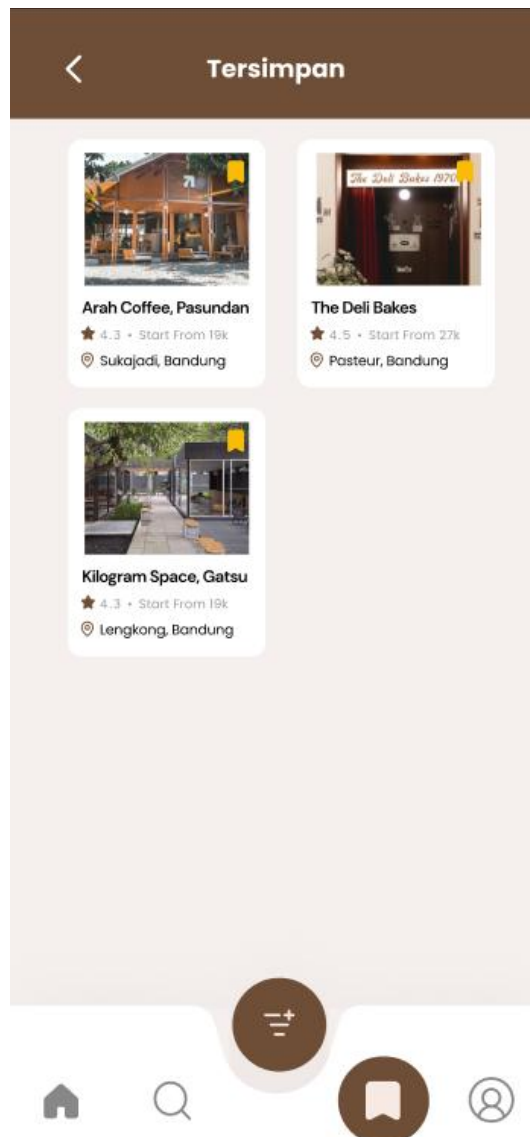


Gambar 4. 37 Wireframe *High-Fidelity* Halaman Rekomendasi

Gambar 4.37 menampilkan *High-Fidelity* dari halaman rekomendasi . Halaman ini berfungsi menampilkan *Coffee Shop* berdasarkan rating dan preferensi dengan desain yang lebih modern. Tampilan ini dikembangkan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman rekomendasi pada Gambar 4.21 yang sebelumnya hanya berupa list sederhana.

7. Wireframe *High-Fidelity* Halaman Bookmark / Favorite

Berikut merupakan *High-Fidelity* dari halaman *Bookmark*:

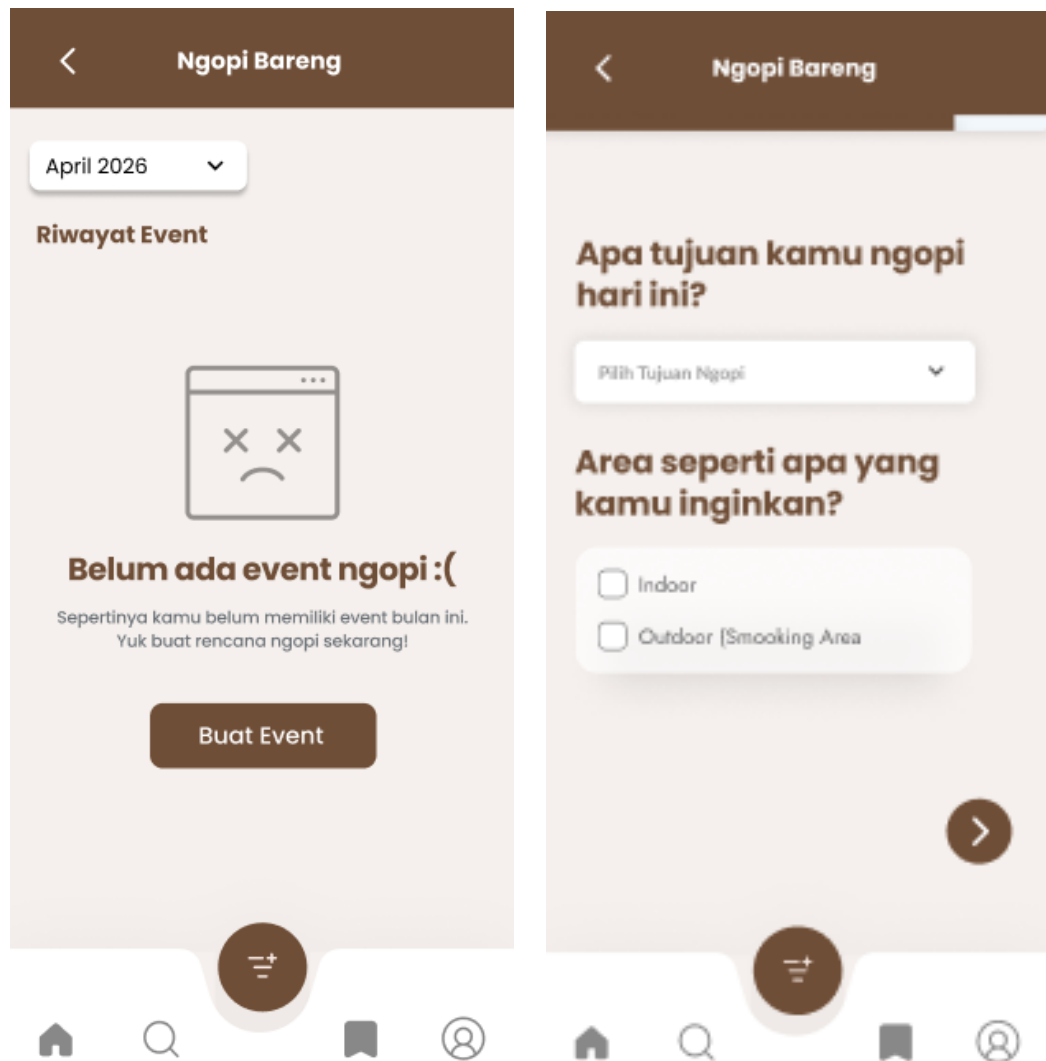


Gambar 4. 38 Wireframe *High-Fidelity* Halaman *Bookmark*

Gambar 4.38 menampilkan *High-Fidelity* dari halaman *Bookmark* atau *Favorite* . Halaman ini berfungsi menyimpan daftar *Coffee Shop* pilihan pengguna dalam tampilan yang lebih rapi dan terstruktur. Tampilan ini merupakan pengembangan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman *Bookmark* pada Gambar 4.23 yang sebelumnya hanya berupa daftar sederhana.

8. Wireframe *High-Fidelity* Halaman “Ngopi Bareng” (*Event*)

Berikut merupakan *High-Fidelity* dari halaman “Ngopi Bareng”:



 Ngopi Bareng

Berapa banyak orang yang akan datang?


2 Orang


3 - 4 orang


5 - 6 Orang


6+ Orang



 Ngopi Bareng

Kamu ingin ngopi di daerah mana?

Pilih Lokasi 

Kapan kamu ingin ngopi?

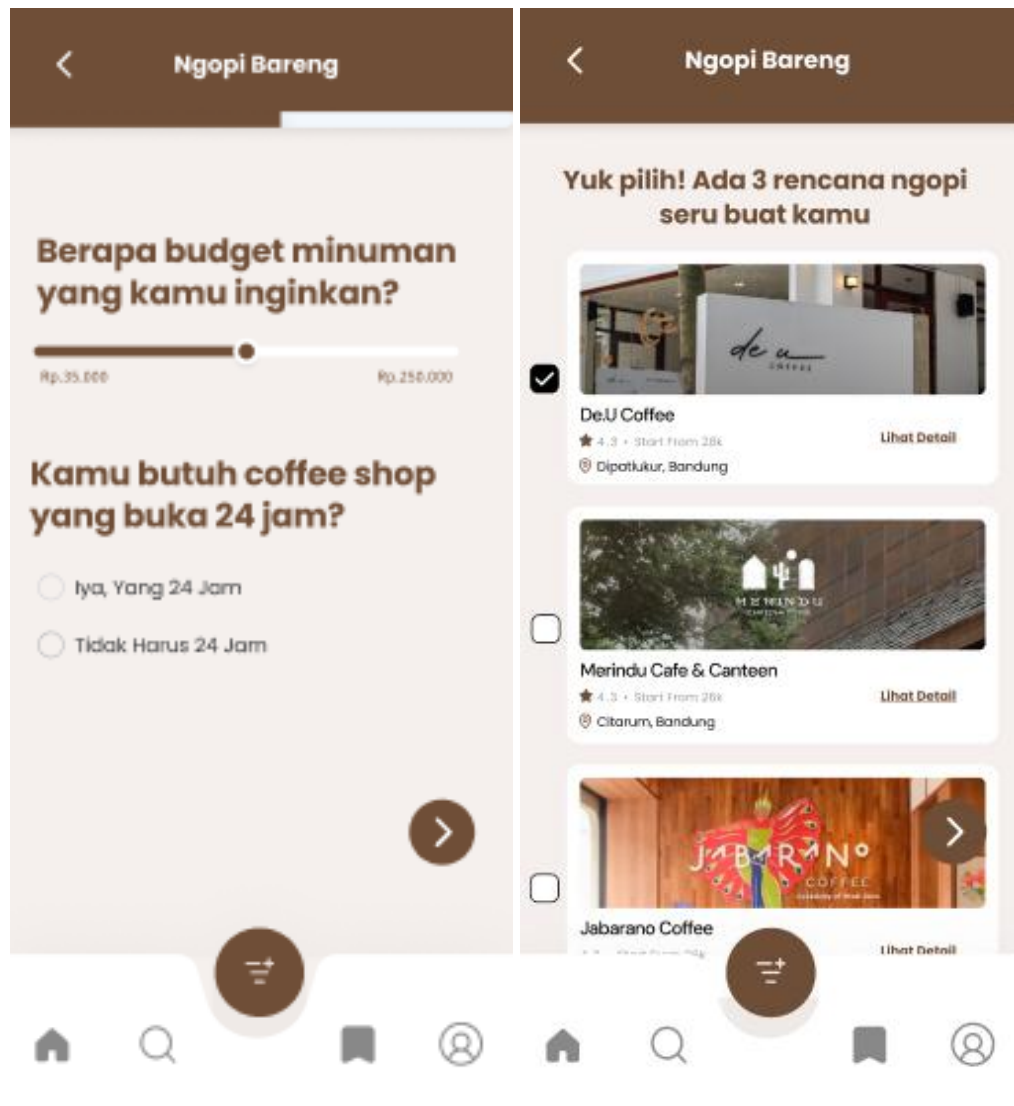
Select Time 

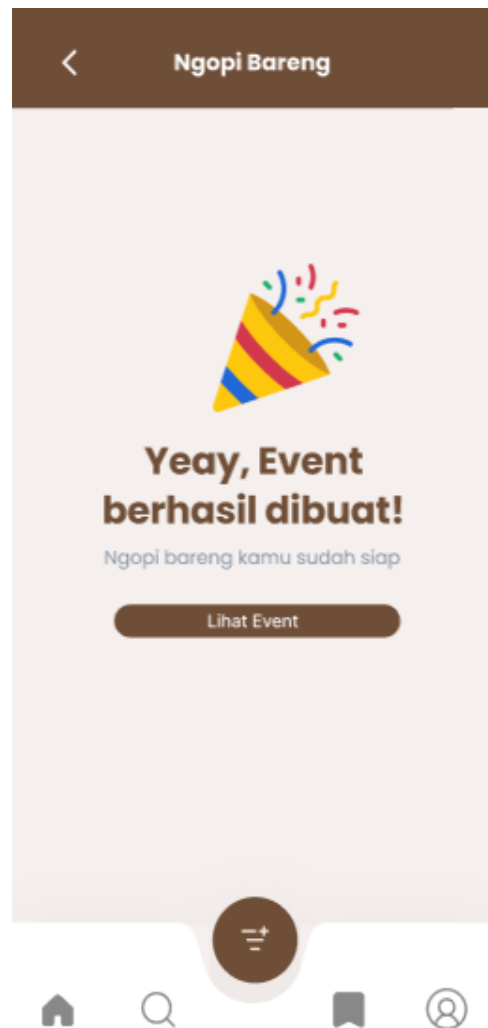
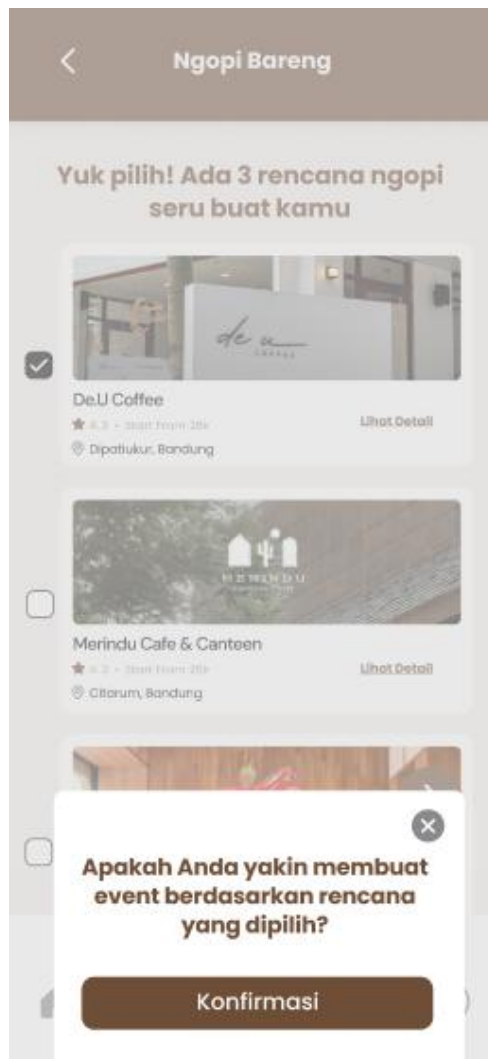
Select Date 



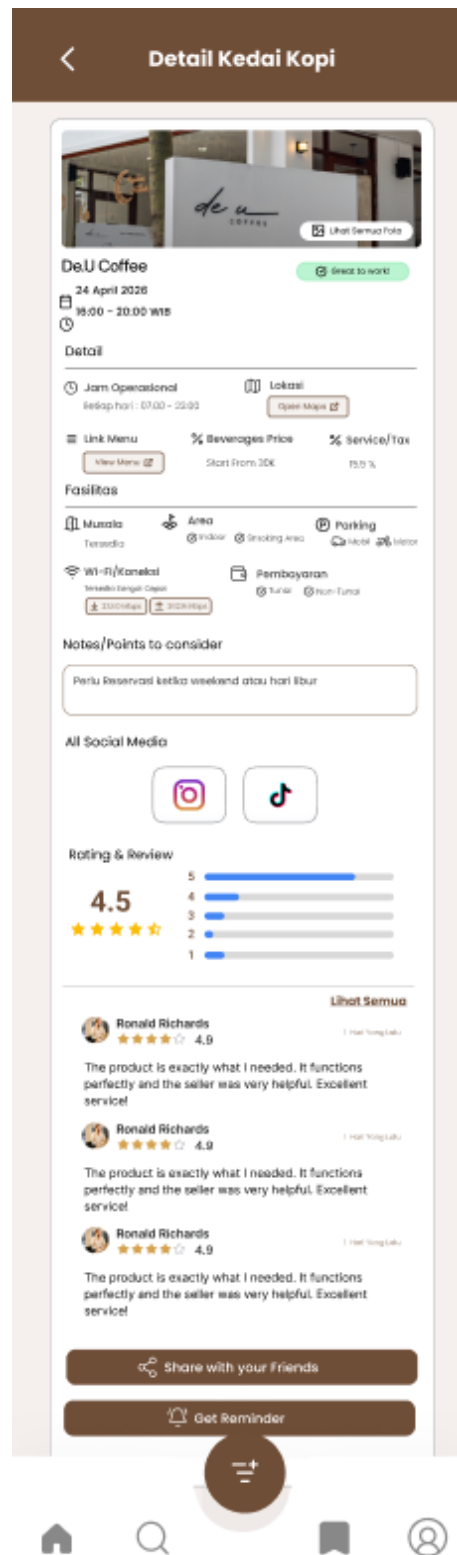








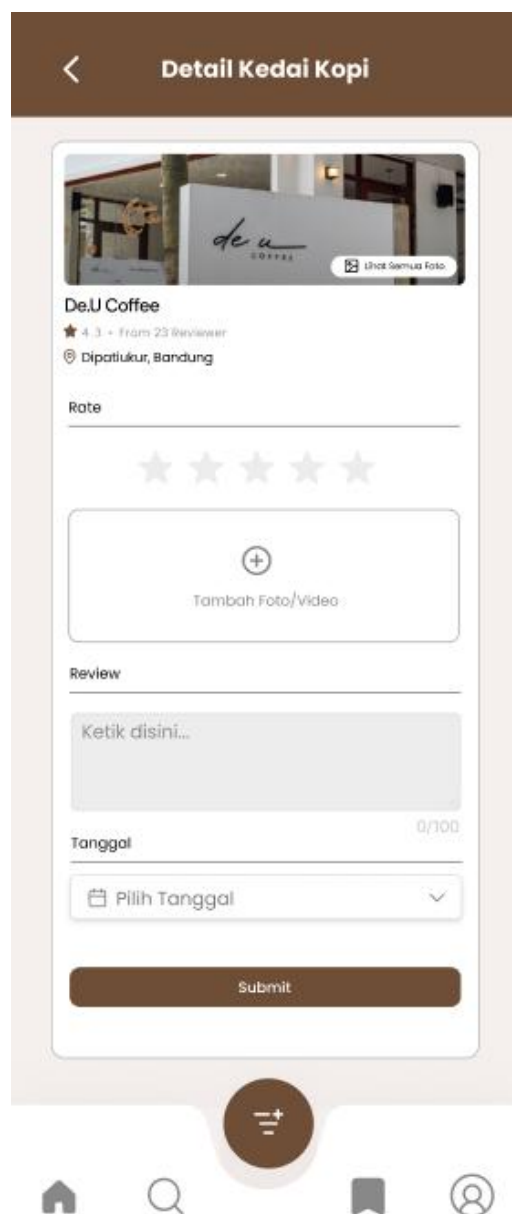


Gambar 4. 39 Wireframe *High-Fidelity* Halaman “Ngopi Bareng”

Gambar 4.39 menampilkan *High-Fidelity* dari fitur “Ngopi Bareng”. Halaman ini berfungsi untuk membuat dan mengelola event ngopi bersama dengan tampilan form yang lebih interaktif serta rekomendasi lokasi. Tampilan ini dikembangkan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman Ngopi Bareng pada Gambar 4.24 yang sebelumnya hanya menampilkan alur pembuatan event secara sederhana.

9. Wireframe *High-Fidelity* Halaman Review Dan Rating

Berikut merupakan *High-Fidelity* dari halaman Review dan rating:



The wireframe shows a mobile app interface for a coffee shop review. At the top, a brown header bar contains a back arrow and the title "Detail Kedai Kopi". Below this is a large image of a coffee shop named "De.U Coffee". Under the image, the shop's name "De.U Coffee" is displayed, followed by a rating of "4.3" from "23 Reviewer" and the location "Dipatiukur, Bandung". A "Rate" section follows, featuring five empty star icons. Below the stars is a button with a plus icon and the text "Tambah Foto/video". The "Review" section contains a text input field with the placeholder "Ketik disini...", a character count "0/100", and a date selection field labeled "Tanggal" with a calendar icon and the text "Pilih Tanggal". A brown "Submit" button is positioned at the bottom of the review form. The bottom of the screen features a navigation bar with four icons: a home icon, a magnifying glass (search), a plus icon inside a circle, and a user profile icon.

Gambar 4. 40 Wireframe *High-Fidelity* Halaman *Review* Dan *Rating*

Gambar 4.40 menampilkan *High-Fidelity* dari fitur *Review* dan *rating* . Halaman ini berfungsi memungkinkan pengguna memberikan ulasan dengan tampilan input yang lebih modern serta notifikasi setelah data berhasil disimpan. Tampilan ini merupakan pengembangan dari paper *Prototype Low-Fidelity* halaman *Review* dan *rating* pada Gambar 4.25 yang sebelumnya hanya berupa form sederhana tanpa *feedback* interaktif.

4.6 Test

Pada tahap ini merupakan tahapan yang dimana melakukan pengujian dengan menggunakan alat *Usability* pada hasil rancangan antarmuka aplikasi “CariKopi”.

4.6.1 Identifikasi Pengujian

Identifikasi pengujian dilakukan untuk menjelaskan tujuan, metode, serta kebutuhan yang digunakan dalam proses evaluasi *prototype*. Berikut ini adalah tabel merupakan identifikasi pengujian:

Tabel 4.13 Identifikasi Pengujian

No	Identifikasi Pengujian	Keterangan
1.	Tujuan pengujian	Untuk mengetahui kualitas rancangan UI/UX aplikasi “CariKopi” berdasarkan hasil pengalaman pengguna menggunakan <i>Prototype</i> yang sudah di rancang
2.	Metode Evaluasi	<i>Usability Evaluation</i>
3.	Teknik Evaluasi	<i>Usability Testing</i>
3.	Tingkat pengujian	Pengujian dilakukan pada berbagai fungsi pada rancangan UI/UX aplikasi “CariKopi”
4.	Alat pengumpulan data	Kuesioner
5.	Kebutuhan penguji	Skenario pengujian
6.	Data yang dicatat	Penilaian responden terhadap kemudahan penggunaan aplikasi

4.6.2 Deskripsi Sampel Pengguna

Dalam proses pengujian, diperlukan keterlibatan pihak lain yang berperan sebagai responden atau sampel pengguna yang sesuai dengan sasaran aplikasi. Maka dari itu, perlu ditentukan kriteria pengguna yang menjadi acuan dalam penentuan sampel responden untuk pengujian. Keterangan mengenai kriteria pengguna pada tabel berikut.

Tabel 4.14 Sampel Pengguna

Sampel Pengguna		Deskripsi
Jumlah Pengguna	5 Orang	Pengguna terdiri dari masyarakat umum yang berdomisili di Kota Bandung yang berprofesi mahasiswa, freelancer/remote worker, dan

		pekerja (WFC) yang gemar mengunjungi <i>Coffee Shop</i> sebagai tempat nongkrong, mengerjakan tugas, ataupun kerja
Target Pengguna	Pengguna <i>Coffee Shop</i> di Kota Bandung	Pihak-pihak yang terlibat dalam pengujian
Kriteria Pengguna	Pengguna yang pernah mengunjungi <i>Coffee Shop</i> dan terbiasa menggunakan aplikasi <i>mobile</i> atau <i>platform</i> digital (seperti Google Maps atau media sosial) untuk mencari informasi tempat	Pengguna yang memiliki pengalaman sehingga dapat memberikan penilaian objektif terhadap kemudahan penggunaan aplikasi
Kriteria Jenis Kelamin	Laki-laki dan Perempuan	Jenis kelamin pada pengguna

4.6.3 Aspek yang Diujikan

Usability dengan melibatkan pengguna secara langsung merupakan metode paling mendasar dalam evaluasi kegunaan. Metode ini dianggap penting dan sulit tergantikan karena mampu memberikan informasi nyata mengenai cara pengguna berinteraksi dengan sistem serta permasalahan spesifik yang pengguna alami pada antarmuka yang sedang diuji.[JNI94]

Dalam pelaksanaan pengujian, perlu dijelaskan sasaran serta aspek-aspek yang menjadi objek evaluasi. Model pengukuran *Usability* dalam penelitian ini mengacu pada lima kriteria *Usability* dari Jakob Nielsen, yang digunakan untuk menilai kemudahan penggunaan antarmuka berdasarkan pengalaman pengguna. Kriteria ini dipilih karena relevan dan mudah dirasakan oleh pengguna saat berinteraksi dengan sistem. Berdasarkan model *Usability* yang dikemukakan oleh Nielsen, terdapat lima aspek dalam menilai *User Interface* yaitu [JNI24]:

1. Kemudahan dipelajari (Learnability): Mengukur sejauh mana desain atau aplikasi mudah dipahami dan digunakan. [JNI24]
2. Efisiensi (Efficiency): Menilai kecepatan pengguna dalam menyelesaikan tugas setelah memahami aplikasi. [JNI24]
3. Kemudahan diingat (Memorability): Mengevaluasi kemampuan pengguna mengingat cara kerja aplikasi setelah tidak menggunakannya. [JNI24]
4. Kesalahan dan pemulihan (Errors): Mengukur jumlah kesalahan pengguna dan cara memperbaikinya. [JNI24]
5. Kepuasan (Satisfaction): Menilai Tingkat kenyamanan dan kepuasan pengguna saat menggunakan aplikasi. [JNI24]

Dengan demikian, pengujian *Prototype* dilakukan menggunakan tools Figma. Oleh karena itu, aspek yang dapat dievaluasi terbatas pada empat aspek *Usability*, yaitu learnability, memorability, efficiency, dan satisfaction. Aspek errors tidak disertakan dalam pengujian karena *Prototype* yang digunakan belum memiliki fungsionalitas sistem secara menyeluruh, sehingga belum memungkinkan terjadinya kesalahan akibat algoritma atau script yang berjalan.

4.6.4 Merancang Alat Ukur *Usability*

Pengujian *Usability* dilakukan menggunakan alat ukur berupa kuesioner yang terdiri dari sejumlah pernyataan yang telah dikelompokkan berdasarkan aspek *Usability* yang digunakan dalam penelitian. Metode kuesioner dipilih karena mampu memperoleh penilaian secara langsung dari pengguna setelah berinteraksi dengan Prototype aplikasi "CariKopi" yang telah dirancang.

Menurut Nielsen, pengujian *Usability* dapat dilakukan dengan melibatkan lima pengguna karena jumlah tersebut sudah mampu mengidentifikasi sebagian besar permasalahan *Usability* yang terdapat pada antarmuka [JNI94]. Oleh karena itu, pengujian dalam penelitian ini melibatkan lima responden yang sesuai dengan kriteria pengguna pada Tabel 4.14.

Analisis pengujian *Usability* dilakukan dengan menghitung dan menginterpretasikan jawaban responden terhadap setiap pernyataan pada kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis rata-rata skor berdasarkan skala Likert. Untuk menentukan kategori penilaian, digunakan perhitungan interval yang dihitung menggunakan rumus:

$$I = \frac{\text{Bobot tertinggi} - \text{Bobot terendah}}{\text{Jumlah bobot}}$$

Dengan demikian, interval penilaian ditentukan melalui perhitungan sebagai berikut:

$$I = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh rentang interval skor *persentase* yang disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.15 Rentang Interval Skor

Rentang	Penilaian
1.00-1.79	Sangat tidak baik
1.80-2.59	Tidak baik
2.60-3.39	Cukup
3.40-4.19	Baik
4.20-5.00	Sangat baik

Berdasarkan Tabel 4.15, rentang interval skor digunakan sebagai acuan untuk menginterpretasikan nilai rata-rata hasil kuesioner ke dalam kategori penilaian *usability*.

Kemudian untuk menghitung hasil pengisian dari kuesioner dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Nilai} = \frac{\text{total penilaian responden}}{\text{jumlah responden}}$$

Kemudian keterangan dari bobot jawaban adalah sebagai berikut :

Tabel 4.16 Bobot Jawaban Kuesioner

No	Jawaban	Kode	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Berdasarkan Tabel 4.16, setiap pilihan jawaban pada kuesioner memiliki bobot nilai yang digunakan dalam proses perhitungan hasil pengujian dan penentuan nilai rata-rata pada setiap aspek usability.

Selanjutnya, pernyataan kuesioner disusun berdasarkan empat aspek *Usability* yang digunakan dalam penelitian, yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, dan *satisfaction*. Pernyataan-pernyataan tersebut digunakan untuk memperoleh penilaian pengguna terhadap kualitas rancangan UI/UX aplikasi "CariKopi" yang telah dibuat.

4.6.5 Tahap Pengujian

Usability Evaluation dilakukan untuk mengetahui tingkat kemudahan penggunaan Prototype aplikasi "CariKopi" yang telah dirancang. Evaluasi dilakukan dengan melibatkan pengguna secara langsung untuk mencoba Prototype yang dibuat menggunakan Figma dan memberikan penilaian berdasarkan pengalaman mereka saat berinteraksi dengan antarmuka aplikasi.

Pada tahap ini, responden diminta untuk menyelesaikan serangkaian tugas yang mewakili fitur-fitur utama pada Prototype aplikasi. Setelah seluruh tugas selesai dilakukan, responden diminta untuk mengisi kuesioner Usability yang telah disusun berdasarkan aspek *learnability*, *efficiency*, *memorability*, dan *satisfaction*.

a. Merancang Observasi dengan Kuesioner

Pemilihan responden dilakukan dengan melibatkan lima orang yang sesuai dengan target pengguna aplikasi, yaitu masyarakat umum berdomisili atau beraktivitas di Kota Bandung dengan profesi mahasiswa, pekerja (Work From Café/WFC), serta freelancer atau remote worker, yang memiliki pengalaman mengunjungi *Coffee Shop* maupun mencari informasi *Coffee Shop* melalui

platform digital. Seluruh responden diberikan akses terhadap Prototype aplikasi dan diminta untuk menyelesaikan tugas yang telah ditentukan sebelum mengisi kuesioner Usability.

Kuesioner yang digunakan mengacu pada empat aspek Usability, yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, dan *satisfaction*. Hasil pengisian kuesioner digunakan untuk mengetahui tingkat kemudahan penggunaan dan kualitas rancangan UI/UX aplikasi yang telah dibuat.

Tabel 4.17 Kuesioner

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
Aspek Learnability						
1	Saya dapat memahami cara menggunakan aplikasi "CariKopi" dengan mudah					
2	Informasi <i>Coffee Shop</i> yang ditampilkan mudah dipahami					
3	Tulisan, ikon, dan menu pada aplikasi mudah dikenali dan dimengerti					
4	Navigasi dalam aplikasi mudah dipelajari					
Aspek Efficiency						
5	Saya dapat menemukan <i>Coffee Shop</i> yang saya cari dengan cepat					
6	Saya tidak mengalami kesulitan menggunakan fitur pencarian atau filter					
7	Saya dapat menyelesaikan proses pembuatan rencana "Ngopi Bareng" dengan mudah					
Aspek Memorability						
8	Saya dapat mengingat kembali posisi menu dan fitur saat menggunakan aplikasi					
9	Tampilan aplikasi memudahkan saya mengenali fungsi setiap menu					
Aspek Satisfaction						
10	Tampilan aplikasi menarik dan nyaman digunakan					
11	Aplikasi membantu saya memperoleh rekomendasi <i>Coffee Shop</i> yang sesuai kebutuhan					
12	Saya merasa puas menggunakan rancangan aplikasi ini					

b. Membuat Tugas Usability Test

Tugas Usability Test disusun berdasarkan fitur-fitur utama yang terdapat pada Prototype aplikasi "CariKopi". Tugas ini bertujuan untuk memastikan responden berinteraksi secara langsung

dengan seluruh fitur utama yang tersedia sehingga dapat memberikan penilaian yang objektif terhadap rancangan UI/UX aplikasi.

Tabel 4.18 Tugas Usability Test

No	Tugas
1	Menampilkan halaman <i>splash screen</i>
2	Melakukan registrasi akun
3	Melakukan <i>login</i> ke aplikasi
4	Melihat halaman beranda
5	Menggunakan fitur pencarian <i>Coffee Shop</i>
6	Menggunakan fitur filter berdasarkan preferensi (harga, suasana, fasilitas)
7	Melihat detail <i>Coffee Shop</i>
8	Melihat lokasi <i>Coffee Shop</i> pada peta
9	Menyimpan <i>Coffee Shop</i> ke daftar favorit
10	Membuat rencana event "Ngopi Bareng"
11	Mengundang teman ke dalam rencana "Ngopi Bareng"
12	Mengatur pengingat (reminder) untuk rencana pertemuan
13	Melihat daftar <i>Coffee Shop</i> favorit
14	Melihat riwayat rencana "Ngopi Bareng"

Masing - masing tugas tersebut dijelaskan sebagai berikut:

Tugas 1	Menampilkan halaman <i>splash screen</i> , yaitu halaman awal yang muncul ketika aplikasi dijalankan, berfungsi sebagai tampilan pembuka sebelum pengguna masuk ke aplikasi.
Tugas 2	Melakukan registrasi akun dengan mengisi data pengguna yang diperlukan, bertujuan untuk membuat akun sehingga pengguna dapat mengakses fitur aplikasi.
Tugas 3	Melakukan <i>login</i> menggunakan akun yang telah terdaftar. Halaman login digunakan untuk memverifikasi akun pengguna sebelum mengakses aplikasi.
Tugas 4	Melihat halaman beranda pada aplikasi rekomendasi coffee shop
Tugas 5	Menggunakan fitur pencarian untuk menemukan <i>Coffee Shop</i> yang diinginkan berdasarkan kata kunci, seperti nama atau lokasi.
Tugas 6	Menggunakan fitur filter untuk menyaring <i>Coffee Shop</i> berdasarkan preferensi pengguna, seperti harga, suasana, dan fasilitas (Wi-Fi, stop kontak).
Tugas 7	Melihat informasi detail <i>Coffee Shop</i> yang berisi nama tempat, harga, menu, fasilitas, jam operasional, dan ulasan pengguna lain.

Tugas 8	Melihat lokasi <i>Coffee Shop</i> pada peta yang terintegrasi untuk mengetahui rute dan jarak menuju tempat tersebut.
Tugas 9	Menyimpan <i>Coffee Shop</i> yang diminati ke dalam daftar favorit agar mudah diakses kembali.
Tugas 10	Membuat rencana event "Ngopi Bareng" dengan menentukan <i>Coffee Shop</i> tujuan serta waktu pertemuan.
Tugas 11	Mengundang teman untuk bergabung ke dalam rencana "Ngopi Bareng" yang telah dibuat.
Tugas 12	Mengatur pengingat (<i>reminder</i>) agar pengguna maupun teman yang diundang mendapat notifikasi menjelang waktu pertemuan.
Tugas 13	Melihat daftar <i>Coffee Shop</i> yang telah disimpan sebagai favorit.
Tugas 14	Melihat riwayat rencana "Ngopi Bareng" yang pernah dibuat sebelumnya.

Tugas-tugas tersebut disusun berdasarkan alur penggunaan aplikasi mulai dari registrasi, pencarian dan rekomendasi *Coffee Shop*, hingga perencanaan aktivitas bersama. Dengan demikian, seluruh fitur utama pada Prototype dapat diuji secara langsung oleh responden sebelum memberikan penilaian melalui kuesioner Usability.

4.6.6 Hasil Pengujian

Pada tahap ini dilakukan pengolahan data berdasarkan hasil kuesioner Usability yang telah diisi oleh lima responden setelah mencoba *Prototype* aplikasi "CariKopi". Hasil pengujian *Usability Evaluation* dari lima responden terhadap seluruh aspek *Usability* adalah sebagai berikut:

a. Indikator *Learnability*

Di bawah ini merupakan tabel dari hasil jawaban responden pada indikator *learnability*:

Tabel 4.19 Hasil Jawaban *Learnability*

No. Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
L1	5	0	0	0	0
L2	4	1	0	0	0
L3	3	2	0	0	0
L4	3	2	0	0	0
Total	15	5	0	0	0

Dari tabel di atas diperoleh hasil jawaban responden pada indikator *learnability* sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang memilih sangat setuju (SS) dengan nilai 5 sebanyak 15 jawaban.

2. Jumlah responden yang memilih setuju (S) dengan nilai 4 sebanyak 5 jawaban.
3. Jumlah responden yang memilih kurang setuju (KS) dengan nilai 3 sebanyak 0 jawaban.
4. Jumlah responden yang memilih tidak setuju (TS) dengan nilai 2 sebanyak 0 jawaban.
5. Jumlah responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1 sebanyak 0 jawaban.

b. Indikator Efficiency

Di bawah ini merupakan tabel dari hasil jawaban responden pada indikator *efficiency*:

Tabel 4.20 Hasil Jawaban Efficiency

No. Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
E1	3	2	0	0	0
E2	4	1	0	0	0
E3	4	1	0	0	0
Total	11	4	0	0	0

Dari tabel di atas diperoleh hasil jawaban responden pada indikator *efficiency* sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang memilih sangat setuju (SS) dengan nilai 5 sebanyak 11 jawaban.
2. Jumlah responden yang memilih setuju (S) dengan nilai 4 sebanyak 4 jawaban.
3. Jumlah responden yang memilih kurang setuju (KS) dengan nilai 3 sebanyak 0 jawaban.
4. Jumlah responden yang memilih tidak setuju (TS) dengan nilai 2 sebanyak 0 jawaban.
5. Jumlah responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1 sebanyak 0 jawaban.

c. Indikator Memorability

Di bawah ini merupakan tabel dari hasil jawaban responden pada indikator *memorability*:

Tabel 4.21 Hasil Jawaban Memorability

No. Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
M1	3	2	0	0	0
M2	3	2	0	0	0
Total	6	4	0	0	0

Dari tabel di atas diperoleh hasil jawaban responden pada indikator *memorability* sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang memilih sangat setuju (SS) dengan nilai 5 sebanyak 6 jawaban.
2. Jumlah responden yang memilih setuju (S) dengan nilai 4 sebanyak 4 jawaban.
3. Jumlah responden yang memilih kurang setuju (KS) dengan nilai 3 sebanyak 0 jawaban.
4. Jumlah responden yang memilih tidak setuju (TS) dengan nilai 2 sebanyak 0 jawaban.
5. Jumlah responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1 sebanyak 0 jawaban.

d. Indikator *Satisfaction*

Di bawah ini merupakan tabel dari hasil jawaban responden pada indikator *satisfaction*:

Tabel 4.22 Hasil Jawaban Satisfaction

No. Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
S1	5	0	0	0	0
S2	3	2	0	0	0
S3	5	0	0	0	0
Total	13	2	0	0	0

Dari tabel di atas diperoleh hasil jawaban responden pada indikator *satisfaction* sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang memilih sangat setuju (SS) dengan nilai 5 sebanyak 13 jawaban.
2. Jumlah responden yang memilih setuju (S) dengan nilai 4 sebanyak 2 jawaban.
3. Jumlah responden yang memilih kurang setuju (KS) dengan nilai 3 sebanyak 0 jawaban.
4. Jumlah responden yang memilih tidak setuju (TS) dengan nilai 2 sebanyak 0 jawaban.
5. Jumlah responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1 sebanyak 0 jawaban.

Setelah memperoleh hasil jawaban responden pada setiap aspek *Usability*, selanjutnya dilakukan perhitungan rata-rata untuk mengetahui tingkat *Usability Prototype* aplikasi "CariKopi". Perhitungan tersebut disajikan pada tabel-tabel berikut ini:

a. Rata-rata indikator *Learnability*

Di bawah ini merupakan tabel perhitungan rata-rata indikator *Learnability*:

Tabel 4.23 Rata-rata Learnability

Jawaban	Jumlah jawaban	Bobot	Jumlah Hasil Jawaban X Bobot	Rata-rata
SS	15	5	75	5
S	5	4	20	4
KS	0	3	0	0
TS	0	2	0	0
STS	0	1	0	0
Total	20	-	95	4,75

Dari tabel di atas didapatkan hasil pada indikator *learnability* dengan rata-rata sebesar 4,75 yang jika dihubungkan pada rentang interval nilai tersebut memiliki penilaian yang tergolong Sangat Baik.

b. Rata-rata indikator *Efficiency*

Di bawah ini merupakan tabel perhitungan rata-rata indikator *Efficiency*:

Tabel 4.24 Rata-rata Efficiency

Jawaban	Jumlah jawaban	Bobot	Jumlah Hasil Jawaban X Bobot	Rata-rata
SS	11	5	55	5
S	4	4	16	4
KS	0	3	0	0
TS	0	2	0	0
STS	0	1	0	0
Total	15	-	71	4,73

Dari tabel di atas didapatkan hasil pada indikator *efficiency* dengan rata-rata sebesar 4,73 yang jika dihubungkan pada rentang interval nilai tersebut memiliki penilaian yang tergolong Sangat Baik .

c. Rata-rata indikator *Memorability*

Di bawah ini merupakan tabel perhitungan rata-rata indikator *Memorability*:

Tabel 4.25 Rata-rata Memorability

Jawaban	Jumlah jawaban	Bobot	Jumlah Hasil Jawaban X Bobot	Rata-rata
SS	6	5	30	5
S	4	4	16	4
KS	0	3	0	0

TS	0	2	0	0
STS	0	1	0	0
Total	10	-	46	4,60

Dari tabel di atas didapatkan hasil pada indikator *memorability* dengan rata-rata sebesar 4,60 yang jika dihubungkan pada rentang interval nilai tersebut memiliki penilaian yang tergolong Sangat Baik.

d. Rata-rata indikator *Satisfaction*

Di bawah ini merupakan tabel perhitungan rata-rata indikator *Satisfaction*:

Tabel 4.26 Rata-rata Satisfaction

Jawaban	Jumlah jawaban	Bobot	Jumlah Hasil Jawaban X Bobot	Rata-rata
SS	13	5	65	5
S	2	4	8	4
KS	0	3	0	0
TS	0	2	0	0
STS	0	1	0	0
Total	15	-	73	4,86

Dari tabel di atas didapatkan hasil pada indikator *satisfaction* dengan rata-rata sebesar 4,86 yang jika dihubungkan pada rentang interval nilai tersebut memiliki penilaian yang tergolong Sangat Baik .

Adapun hasil akhir pada pengujian desain menggunakan teknik *usability testing* menunjukkan hal-hal sebagai berikut:

- Nilai rata-rata pada aspek *learnability* adalah 4,75 . Nilai tergolong Sangat Baik.
- Nilai rata-rata pada aspek *efficiency* adalah 4,73. Nilai tergolong Sangat Baik.
- Nilai rata-rata pada aspek *memorability* adalah 4,60 . Nilai tergolong Sangat Baik.
- Nilai rata-rata pada aspek *satisfaction* adalah 4,86 . Nilai tergolong Sangat Baik.

Berdasarkan hasil *usability evaluation* yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa rancangan *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX) prototype* aplikasi *mobile* rekomendasi *Coffee Shop* memperoleh nilai yang sangat baik pada aspek *learnability*, *efficiency*, dan *satisfaction*, serta memperoleh nilai baik pada aspek *memorability*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *prototype* yang dirancang telah mampu memenuhi kebutuhan pengguna dan memberikan pengalaman penggunaan yang baik.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian serta saran untuk pengembangan lebih lanjut. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai jawaban atas identifikasi masalah, sedangkan saran diberikan sebagai rekomendasi untuk pengembangan *Prototype* aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* pada penelitian selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai perancangan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) *Prototype* aplikasi *mobile* "CariKopi" menggunakan metode *Design Thinking*, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini berupa *Prototype High-Fidelity* aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* berbasis *mobile* bernama "CariKopi", aplikasi ini menyediakan fitur pencarian dan rekomendasi *Coffee Shop* yang menampilkan informasi terstruktur dari satu *platform* terpusat, sehingga pengguna tidak perlu lagi menelusuri dan membandingkan sendiri satu per satu antara media sosial, aplikasi peta digital, dan aplikasi lainnya. Untuk permasalahan kedua, aplikasi ini menyediakan fitur filter dan rekomendasi berdasarkan preferensi pengguna (suasana, harga, jenis menu, dan fasilitas), beserta fitur perencanaan event "Ngopi Bareng" lengkap dengan pengingat (*reminder*), sehingga pengguna dapat menemukan *Coffee Shop* yang sesuai sekaligus mengoordinasikan pertemuan dengan orang lain dalam satu aplikasi yang sama.
2. Penerapan metode *Design Thinking* dilakukan melalui lima tahapan. Tahap *Empathize* menghasilkan pemahaman terhadap kebutuhan dan kendala pengguna melalui wawancara dengan lima responden. Tahap *Define* merumuskan kebutuhan utama pengguna melalui *empathy map* pada tahap *Empathize* dan *user persona*. Tahap *Ideate* menghasilkan ide fitur aplikasi melalui *brainstorming*. Tahap *Prototype* menghasilkan rancangan antarmuka dalam bentuk *Low-Fidelity* dan *High-Fidelity*. Tahap *Test* mengevaluasi *Prototype* melalui *Usability Evaluation* untuk menilai kemudahan penggunaannya. Penelitian ini bermanfaat untuk membantu pengguna menemukan *Coffee Shop* di Kota Bandung secara lebih cepat, mudah, dan sesuai preferensi, serta menjadi acuan bagi pengembangan aplikasi rekomendasi *Coffee Shop* selanjutnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Prototype aplikasi *mobile* "CariKopi" dapat dikembangkan menjadi aplikasi yang dapat diimplementasikan secara langsung sehingga seluruh fitur yang telah dirancang dapat digunakan oleh pengguna secara nyata.
2. Pengembangan selanjutnya dapat menambahkan fitur pendukung, seperti sistem rekomendasi yang lebih personal (misalnya berbasis Artificial Intelligence), serta filter preferensi yang lebih lengkap, sehingga dapat meningkatkan relevansi rekomendasi dan pengalaman pengguna serta pembuatan dalam bentuk website.
3. Dapat ditambahkan fitur pendukung seperti gamifikasi pada sistem *Review* dan rating (poin, badge, reward) untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna dalam menggunakan aplikasi.
4. Pengembangan selanjutnya dapat menambahkan dashboard pengelola *Coffee Shop* sebagai media untuk mengelola data *Coffee Shop*, informasi menu, serta menanggapi ulasan pengguna, sehingga pengelolaan aplikasi tidak hanya berfokus pada sisi pengguna, tetapi juga mendukung kebutuhan pihak *Coffee Shop* sebagai mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- [ADN24] Adnan, M. (2024). Perancangan sistem informasi berbasis user-centered design. *Jurnal Teknologi Informasi*, 12(2), 45–56.
- [ANU24] A. Nurudin, R. A. Widyanto, dan D. Sasongko, "Penerapan metode *Design Thinking* pada perancangan *User Interface* aplikasi Rifqitenda untuk meningkatkan kemudahan dalam fitur persewaan wedding decoration," *Journal of Information System ReSearch (JOSH)*, vol. 5, no. 4, pp. 901–910, Jul. 2024.
- [APJ24] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024. APJII.
- [AUL24] Aulia, L. (2024). Perancangan sistem informasi terstruktur. *Jurnal Sistem Informasi*, 11(1), 20–30.
- [BRW08] Brown, T., & Wyatt, J. (2008). *Design Thinking* for social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 8(1), 30–35.
- [CCR24] C. C. Rachmawati, "Perancangan UI/UX Penilaian Kinerja Guru Menggunakan Metode *Design Thinking* (Studi Kasus: Sekolah Dasar Negeri Gamblok Pangalengan)," Tugas Akhir (S1), Program Studi Teknik Informatika, Universitas Pasundan, Bandung, 2024.
- [DFA04] Dix, A., Finlay, J., Abowd, G. D., & Beale, R. (2004). *Human-computer interaction* (3rd ed.). Pearson Education.
- [GAR11] Garrett, J. J. (2011). *The elements of User Experience: User-centered design for the web and beyond*. New Riders Publishing.
- [HAS21] Hasbiyah, N., Ma'arif, M. R., Saputra, A. B., & Sa'diya, N. A. (2021). Aplikasi Android Pencarian Coffee Shop Terbaik Menggunakan Metode Weighted Product. *Teknomatika: Jurnal Informatika dan Komputer*, 14(1), 10–15. <https://doi.org/10.30989/teknomatika.v14i1.1112>
- [IMA24] Khoerul Imam, F., Purwanti, N. L., Maya Sari, N., & Permadi, C. (2024). Analisis Minat Beli Konsumen *Coffee Shop* Di Bandung. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen (Eko-Bisma)*, 3(1).
- [INI23] Indrawati, N. (2023). Metodologi wawancara dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Metode Penelitian*, 5(1), 15–25.
- [IPA24] I. P. A. A. Pratama, A. A. I. I. Paramitha, dan I. P. Satwika, "Penerapan Metode *Design Thinking* Dalam Implementasi *User Interface* Berbasis Website Studi Kasus JRO Sandat Property," *Jurnal Teknologi Komputer dan Sistem Informasi (JTKSI)*, vol. 7, no. 1, pp. 73-86, Januari 2024. [Online]. Tersedia: <https://jurnal.ftikomibab.ac.id/index.php/jtksi/index>.
- [ISL23] Islami, F., & Rahman, A. (2023). Penerapan metode ideate pada *Design Thinking* dalam pengembangan aplikasi. *Jurnal Rekayasa Sistem Informasi*, 7(2), 88–96.
- [ISM25] N. Ismawati, Berlilana, dan P. Subarkah, "Perancangan UI/UX Aplikasi Katalog Digital Pada UMKM My-Boutique Menggunakan Metode *Design Thinking*," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 2025.
- [JAI21] Jain, A., & Kumar, S. (2021). *Mobile application development on Mobile platform*. *International Journal of Computer Applications*, 174(5), 12–18.

- [JNI24] J. Nielsen, "Usability 101: Introduction to Usability," Nielsen Norman Group, 3 Januari 2012. [Daring]. Tersedia: <https://www.nngroup.com/articles/Usability101-introduction-to-Usability/> [Diakses: Apr.10, 2026]
- [JNI94] Nielsen, J. (1994). Usability Engineering. San Diego: Morgan Kaufmann.
- [JSA20] J. Sains, D. Teknologi, P. Sukmasetya, A. Setiawan, dan E. R. Arumi, "Penggunaan Usability Testing sebagai Alat Evaluasi Website KRS Online pada Perguruan Tinggi", 2020.
- [MAA23] Asshiddiqie, M. A., & Supriana, C. E. (2023). Perancangan *User Experience* aplikasi e-commerce menggunakan metode *Design Thinking*. Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer, 8(2), 120–130.
- [NIE20] Nielsen, J. (2020). Usability engineering. Morgan Kaufmann.
- [PAN24] Pangestuti, R. A., Permatasari, R., & Fitri Ana Wati, S. (2024). Perancangan UI/UX Design Aplikasi Coffee Care Dengan Metode *Design Thinking* Berbasis *Mobile App* pada Café Proof.co. JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika), 8(3), 3269–3278. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i3.9674>
- [PRA21] Pratama, A. (2021). *Design Thinking* sebagai pendekatan inovasi berbasis pengguna. Jurnal Desain Komunikasi Visual, 3(2), 75–85.
- [PRA24] A. W. Diharja, R. A. Aziz, and M. Setiyawan, "Penerapan Metode *Design Thinking* untuk Perancangan UI/UX Website MARQETIQ," Jurnal Penelitian Sistem Informasi (JPSI), vol. 2, no. 3, pp. 222–233, 2024.
- [PRS15] Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2015). Interaction design: Beyond human-computer interaction. John Wiley & Sons.
- [PUT26] Putro, B. C., Remawati, D., Fitriasih, S. H., & Sandradewi, K. (2026). Sistem Rekomendasi Kedai Kopi di Kota Surakarta Dengan Kategori Fasilitas Menggunakan Item-Based Collaborative Filtering. JRIS: Jurnal Rekayasa Informasi Swadharma, 6(1), 93–103. <https://doi.org/10.56486/jris.vol6no1.988>
- [REA11] Ricci, F., Rokach, L., & Shapira, B. (2011). Recommender systems handbook. Springer.
- [RUB18] Rubin, J., & Chisnell, D. (2018). Handbook of Usability Testing: How to plan, design, and conduct effective Tests. Wiley Publishing.
- [SHA24] Shawenner, G., Okmayura, F., Angguni, M., & Syahputri, D. (2024). Implementasi Metode *Design Thinking* Dalam Perancangan UI/UX Pada Aplikasi "Resep Kita". Jurnal Fasilkom, 14(1), 156–165. <https://doi.org/10.37859/jf.v14i1.6637> [PRA24] A. W. Diharja, R. A. Aziz, and M. Setiyawan, "Penerapan Metode *Design Thinking* untuk Perancangan UI/UX Website MARQETIQ," Jurnal Penelitian Sistem Informasi (JPSI), vol. 2, no. 3, pp. 222–233, 2024.
- [SHI21] Shirvanadi, E. C. (2021). Perancangan ulang UI/UX situs E-Learning Amikom Center dengan metode *Design Thinking* (Studi Kasus: Amikom Center). Skripsi. Universitas Islam Indonesia.
- [SHP10] Sharp, H., Rogers, Y., & Preece, J. (2010). Interaction design: Beyond human-computer interaction (3rd ed.). John Wiley & Sons.

- [SIR22] Sireki, & Wibisono. (2022). Karakteristik Third Place dan Tipologi Kafe di Yogyakarta: Kasus Kawasan Karangwuni dan Sekitarnya. *Tataloka*, 22(3), 435–452.
- [TEO25] Teoh, C. (2025). Empathy mapping in user-centered design. *International Journal of UX Research*, 4(1), 1–12.
- [WIW21] Wibowo, A. (2021). Konsep dasar UI/UX dalam pengembangan aplikasi digital. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 7(2), 55–65.
- [YNS24] Yunus, R., & Sari, M. (2024). Penerapan empathy map dalam perancangan antarmuka aplikasi. *Jurnal Informatika dan Multimedia*, 9(1), 70–80.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian Tugas Akhir

	UNIVERSITAS PASUNDAN Fakultas Teknik	<table border="0"> <tr><td>Teknik Industri</td><td>☐</td><td>022 - 2019335</td></tr> <tr><td>Teknologi Pangan</td><td>☐</td><td>022 - 2019339</td></tr> <tr><td>Teknik Mesin</td><td>☐</td><td>022 - 2019352</td></tr> <tr><td>Teknik Informatika</td><td>☐</td><td>022 - 2019371</td></tr> <tr><td>Teknik Lingkungan</td><td>☐</td><td>022 - 2009574</td></tr> <tr><td>Perencanaan Wilayah dan Kota</td><td>☐</td><td>022 - 2006466</td></tr> </table>	Teknik Industri	☐	022 - 2019335	Teknologi Pangan	☐	022 - 2019339	Teknik Mesin	☐	022 - 2019352	Teknik Informatika	☐	022 - 2019371	Teknik Lingkungan	☐	022 - 2009574	Perencanaan Wilayah dan Kota	☐	022 - 2006466
Teknik Industri	☐	022 - 2019335																		
Teknologi Pangan	☐	022 - 2019339																		
Teknik Mesin	☐	022 - 2019352																		
Teknik Informatika	☐	022 - 2019371																		
Teknik Lingkungan	☐	022 - 2009574																		
Perencanaan Wilayah dan Kota	☐	022 - 2006466																		
No : 248/Unpas.FT.IF/Q/ IV /2026 Hal : Penelitian Tugas Akhir Lamp : -		Bandung 13 Maret 2026																		
Kepada Yth. Bapak/Ibu Kepala Manajemen Coffee Shop Koromi Jl. Gegerkalong Hilir No.179, Sarijadi, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40151																				
Dengan hormat, Bersama ini kami perkenalkan 1 (satu) orang mahasiswa Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Pasundan.																				
Nama : Syahbrina Dinova Nrp : 223040074 Program Studi : Teknik Informatika.																				
Untuk menyelesaikan studinya, mahasiswa tersebut di atas bermaksud untuk penelitian Tugas Akhir, untuk mengumpulkan data di Instansi/Perusahaan yang Bapak / Ibu Pimpin.																				
Sehubungan dengan itu kami mohon dengan hormat agar mahasiswa tersebut di atas diberi izin mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian tersebut.																				
Atas perhatian, bantuan dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.																				
		Program Studi Teknik Informatika Universitas Pasundan. Ketua,  (Anggoro Ari Nurcahyo., S.T., M. Kom) NIDN : 04828018502																		
Tembusan 1. Arsip																				

Lampiran 2 Wawancara Dengan Responden



Lampiran 3 Berita Acara Responden



PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG
Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

BERITA ACARA WAWANCARA

Pada Hari ini, telah dilaksanakan wawancara yang berkaitan dengan penelitian dilakukan untuk memenuhi tugas akhir. Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

1. Pewawancara

Nama : Syahbrina Dinova
Nrp : 223040074
Jurusan : Teknik Informatika

2. Narasumber

Nama : Wulan
Umur : 24 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Domisili : Cipedes
Pekerjaan : Freelancer/Remote Worker

3. Tempat Wawancara

Tempat : BagiKopi
Alamat : Jl. Ciumbuleuit No.106a, Ciumbuleuit, Kec. Cidadap, Kota Bandung, Jawa Barat 40142

Pihak pewawancara melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.

Pewawancara

Syahbrina Dinova
223040074

Mengetahui
Bandung, 12 Maret 2026
Narasumber

()



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

Daftar Pertanyaan Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Biasanya bagaimana cara kamu mencari <i>Coffee Shop</i> dan aplikasi apa yang kamu gunakan?	Biasanya saya mencari <i>Coffee Shop</i> melalui Google Maps untuk melihat lokasi dan review, kemudian mengecek Instagram atau TikTok untuk memastikan suasananya cocok untuk bekerja.
2.	Hal apa yang pertama kali kamu perhatikan saat melihat informasi <i>Coffee Shop</i> ?	Hal pertama yang saya perhatikan adalah suasana tempat, apakah kondusif untuk bekerja
3.	Menurut kamu, proses mencari <i>Coffee Shop</i> sekarang itu mudah atau sulit? Kenapa?	Menurut saya masih cukup sulit, karena harus memastikan tempat tersebut benar-benar mendukung aktivitas kerja.
4.	Pernah nggak kamu merasa salah memilih <i>Coffee Shop</i> ? Bisa ceritakan pengalamannya?	Pernah, saya datang ke tempat yang terlihat tenang di foto, tetapi ternyata cukup ramai sehingga kurang nyaman untuk bekerja.
5.	Kendala apa yang paling sering kamu alami saat menentukan <i>Coffee Shop</i> ?	Kendala yang sering saya alami itu informasi yang tidak lengkap, terutama soal suasana dan fasilitas seperti WiFi atau stop kontak.
6.	Informasi apa yang menurut kamu sering kurang jelas atau sulit ditemukan?	Informasi yang sulit ditemukan adalah apakah tempat tersebut cocok untuk bekerja
7.	Apakah kamu biasanya harus membuka beberapa aplikasi untuk membandingkan <i>Coffee Shop</i> ? Bagaimana menurut kamu proses tersebut?	Iya, biasanya saya buka Google Maps dan Instagram sekaligus. Prosesnya cukup memakan waktu karena harus cek satu per satu.
8.	Faktor apa yang paling penting buat kamu saat memilih <i>Coffee Shop</i> ?	Faktor utama adalah kenyamanan, suasana, serta fasilitas seperti WiFi dan stop kontak.
9.	Seberapa penting fasilitas seperti WiFi dan stop kontak bagi kamu?	Sangat penting, terutama untuk mendukung pekerjaan dan meeting online.



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

10.	Biasanya kamu ke <i>Coffee Shop</i> untuk keperluan apa?	Biasanya untuk bekerja, meeting, atau mencari suasana baru.
11.	Kalau mau ngopi atau kerja bareng teman, biasanya bagaimana cara menentukan tempatnya? Apakah mudah atau sulit?	Biasanya didiskusikan terlebih dahulu, karena setiap orang punya kebutuhan berbeda, jadi cukup sulit menentukan tempat yang cocok untuk semua.
12.	Menurut kamu, informasi apa yang wajib ada di halaman detail <i>Coffee Shop</i> ?	Informasi suasana, fasilitas, harga, lokasi, dan tingkat keramaian dan jam operasional
13.	Fitur seperti apa yang kamu butuhkan dalam aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> ?	Fitur filter berdasarkan suasana, fasilitas, lokasi, dan kenyamanan kerja.
14.	Menurut kamu, bagaimana jika dalam aplikasi terdapat fitur yang memungkinkan pengguna membuat rencana ngopi, menentukan lokasi <i>Coffee Shop</i> , waktu pertemuan, serta mengundang teman atau orang lain? Apakah fitur tersebut akan membantu atau tidak? Jelaskan.	Menurut saya sangat perlu, karena bisa membantu menentukan tempat meeting atau kerja bersama dengan lebih efisien.
15.	Apakah kamu tertarik menggunakan aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> jika tersedia?	Iya, saya tertarik, terutama jika bisa membantu menemukan tempat kerja yang sesuai dengan kebutuhan.



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

BERITA ACARA WAWANCARA

Pada Hari ini, telah dilaksanakan wawancara yang berkaitan dengan penelitian dilakukan untuk memenuhi tugas akhir. Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

1. Pewawancara

Nama : Syahbrina Dinova
Nrp : 223040074
Jurusan : Teknik Informatika

2. Narasumber

Nama : Alha
Umur : 28 tahun
Jenis Kelamin : Laki Laki
Alamat Domisili : Sargadi
Pekerjaan : Karyawan Swasta

3. Tempat Wawancara

Tempat :
Alamat :

Pihak pewawancara melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.

Pewawancara

Syahbrina Dinova
223040074

Mengetahui
Bandung, 12 Maret 2026
Narasumber

()



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

Daftar Pertanyaan Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Seberapa sering kamu melakukan WFC dan kapan biasanya dilakukan?	Lumayan cukup sering ya apalagi sama teman-teman kadang kita kerjanya bisa WFA dan kadang kalau di rumah terus juga bosan pengen ganti suasana jadi bisa 2 – 3 kali dalam seminggu
2	Apa alasan utama kamu memilih WFC dibanding kerja di rumah atau kantor?	Paling sering nya sih weekday Karena masih termasuk di Jam Kantor tapi kadang juga suka di waktu weekend dan kalau weekend kadang suka salah pilih tempat alhasil pasti rame banget dan Saya menghindari weekend karena cenderung lebih ramai.
3	Aktivitas apa yang paling sering kamu lakukan saat WFC?	Biasanya meeting online, ngerjain kerjaan seperti balas email, bikin laporan, dan kadang <i>Brainstorming</i> ide.
4	Kriteria utama apa yang kamu cari saat memilih <i>Coffee Shop</i> untuk WFC?	Menurut aku sih paling penting selain WiFi yang stabil dan cocok untuk WFC, Stop kontak banyak, lebih ke suasana ya yang nyaman tenang ga terlalu berisik.
5	Seberapa penting WiFi yang cepat, stabil dan ketersediaan stop kontak saat WFC bagi kamu?	Lumayan penting ya. Kalau WiFi lambat, kerjaan bisa terhambat apalagi kalau meeting online dan Karena biasanya kerja bisa lebih dari 5 jam, pasti butuh colokan.
6	Biasanya kamu WFC sendiri atau bersama rekan kerja?	Lebih sering sendiri supaya bisa lebih fokus, tapi kadang bareng teman kalau dari kantor pengen WFC bareng lembur dan ada meeting santai.
7	Kamu lebih memilih <i>Coffee Shop</i> yang seperti apa untuk WFC?	Sudah jelas kali ya pasti lebih pilih yang nggak terlalu ramai. Kalau terlalu ramai, jadi banyak distraksi alhasil jadi ngga focus dan suasana tenang nyaman
8	Dalam kondisi seperti apa kamu sangat membutuhkan <i>Coffee Shop</i> yang mendukung untuk WFC?	Biasanya saat saya punya banyak meeting online atau deadline yang cukup padat. Saya butuh tempat dengan WiFi stabil, suasana yang kondusif, dan kursi yang nyaman karena bisa duduk berjam-jam. Kalau tempatnya tidak



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

		mendukung, misalnya terlalu ramai atau koneksi internetnya buruk, pekerjaan saya bisa terganggu dan jadi kurang maksimal.
9	Kendala atau hal apa yang paling membuat kamu kesulitan saat mencari <i>Coffee Shop</i> untuk WFC?	Yang paling bikin frustrasi itu informasi yang nggak lengkap dan nggak spesifik. Misalnya, nggak ada keterangan soal WiFi cepat atau nggak, ada stop kontak atau nggak, atau suasananya cocok buat kerja atau cuma buat nongkrong. Akhirnya saya harus buka banyak aplikasi dan baca <i>Review</i> satu-satu. Itu makan waktu dan kadang tetap salah pilih tempat.
10	Informasi apa yang sering tidak tersedia tetapi kamu butuhkan saat memilih <i>Coffee Shop</i> ?	Informasi apakah tempat itu cocok untuk kerja lama, misalnya ada batas waktu duduk atau tidak.
11	Bagaimana biasanya kamu mencari dan membandingkan informasi <i>Coffee Shop</i> untuk WFC?	Paling sering Google Maps dan Tiktok. Google Maps buat lihat rating dan lokasi, Tiktok buat lihat suasana.
12	Jika ada aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> khusus, fitur apa yang menurut kamu wajib ada?	Kalau buat saya sih yang paling penting itu filter khusus buat kerja, jadi nggak cuma sekadar tempat nongkrong. Terus harus ada info WiFi yang jelas, minimal tahu stabil atau nggak. Stop kontak juga penting banget, soalnya kerja pasti butuh charger. Kalau bisa ada info suasana tempatnya lagi ramai atau nggak, itu juga membantu banget. Sama <i>Review</i> dari orang yang memang kerja di sana, bukan cuma <i>Review</i> soal rasa kopi. Intinya saya pengen aplikasi yang bikin saya nggak perlu nebak-nebak lagi sebelum datang.
13	Bagaimana biasanya kamu menentukan tempat jika ingin WFC atau meeting bersama rekan kerja? Apakah prosesnya mudah atau sulit?	Biasanya kami diskusi di grup chat dan saling memberikan rekomendasi tempat, lalu mengecek Google Maps dan media sosial untuk melihat lokasi dan suasana. Prosesnya cukup sulit dan memakan waktu karena setiap orang memiliki preferensi yang berbeda, seperti soal WiFi, suasana, dan lokasi.



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

14	Menurut kamu, bagaimana jika ada fitur di dalam aplikasi yang dapat membantu menentukan tempat, waktu, dan mengundang teman atau rekan kerja untuk WFC bersama? Apakah fitur tersebut akan membantu? Jelaskan.	Menurut saya fitur tersebut akan sangat membantu karena dapat mempermudah koordinasi dalam menentukan tempat dan waktu tanpa harus diskusi panjang di chat. Selain itu, fitur ini juga membuat proses memilih tempat menjadi lebih cepat dan efisien karena semua informasi sudah tersedia dalam satu aplikasi.
15	Apakah kamu tertarik menggunakan aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> jika tersedia?	Iya, saya tertarik untuk mencoba, apalagi kalau memang aplikasinya fokus buat orang yang kerja dari <i>Coffee Shop</i> . Soalnya selama ini saya masih pakai beberapa aplikasi sekaligus buat cari informasi. Kalau ada satu aplikasi yang lebih spesifik dan bisa bantu saya pilih tempat dengan cepat, pasti saya coba dulu. Tapi setelah itu, saya akan lanjut pakai atau nggaknya tergantung dari seberapa membantu dan akurat informasinya. Kalau benar-benar mempermudah, kemungkinan besar saya akan pakai terus.



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

BERITA ACARA WAWANCARA

Pada Hari ini, telah dilaksanakan wawancara yang berkaitan dengan penelitian dilakukan untuk memenuhi tugas akhir. Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

1. Pewawancara

Nama : Syahbrina Dinova
Nrp : 223040074
Jurusan : Teknik Informatika

2. Narasumber

Nama : Rezki
Umur : 29 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat Domisili : Jl. Cijerokaso No.123
Pekerjaan : Freelancer/Remote Worker

3. Tempat Wawancara

Tempat :
Alamat :

Pihak pewawancara melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.

Pewawancara

Syahbrina Dinova
223040074

Mengetahui
Bandung, 12 Maret 2026
Narasumber



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

Daftar Pertanyaan Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Biasanya bagaimana cara kamu mencari <i>Coffee Shop</i> dan aplikasi apa yang kamu gunakan?	Aku biasanya udah punya 3-4 tempat langganan, tapi kalau lagi pengen suasana baru, aku cari lewat Google Maps sambil baca-baca ulasan orang.
2.	Hal apa yang pertama kali kamu perhatikan saat melihat informasi <i>Coffee Shop</i> ?	Ketersediaan colokan dan seberapa kenceng Wi-Fi-nya, soalnya aku kerja dari sana hampir tiap hari jadi itu wajib.
3.	Menurut kamu, proses mencari <i>Coffee Shop</i> sekarang itu mudah atau sulit? Kenapa?	Untuk tempat langganan sih gampang, tapi kalau mau coba tempat baru agak riskan karena info soal kualitas Wi-Fi-nya jarang detail.
4.	Pernah nggak kamu merasa salah memilih <i>Coffee Shop</i> ? Bisa ceritakan pengalamannya?	Pernah, lagi ada deadline terus aku coba tempat baru, eh Wi-Fi-nya lemot pas jam siang karena rame. Akhirnya kerjaanku molor karena harus pindah tempat di tengah jam kerja.
5.	Kendala apa yang paling sering kamu alami saat menentukan <i>Coffee Shop</i> ?	Nggak ada info soal jam-jam ramai, padahal itu ngaruh banget ke kecepatan Wi-Fi dan ketersediaan colokan.
6.	Informasi apa yang menurut kamu sering kurang jelas atau sulit ditemukan?	Kecepatan Wi-Fi dan berapa lama biasanya orang boleh duduk lama tanpa ditegur.
7.	Apakah kamu biasanya harus membuka beberapa aplikasi untuk membandingkan <i>Coffee Shop</i> ? Bagaimana menurut kamu proses tersebut?	Iya, aku sering baca ulasan Google terus cek Instagram buat lihat suasana kerjanya kayak apa. Agak makan waktu buat yang buru-buru butuh tempat kerja hari itu juga.
8.	Faktor apa yang paling penting buat kamu saat memilih <i>Coffee Shop</i> ?	Wi-Fi stabil, colokan cukup, dan nggak keberatan kalau aku duduk lama dari pagi sampai sore.



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

9.	Seberapa penting fasilitas seperti WiFi dan stop kontak bagi kamu?	Sangat penting, itu syarat utama, kalau nggak ada dua itu aku nggak akan ke tempat itu buat kerja.
10.	Biasanya kamu ke <i>Coffee Shop</i> untuk keperluan apa?	Kerja harian, hampir tiap hari kerja aku WFC karena nggak punya kantor tetap.
11.	Kalau mau ngopi atau kerja bareng teman, biasanya bagaimana cara menentukan tempatnya? Apakah mudah atau sulit?	Kalau kerja bareng rekan tim yang juga remote, biasanya kita saling share lokasi tempat langganan masing-masing, terus milih yang paling gampang dijangkau berdua.
12.	Menurut kamu, informasi apa yang wajib ada di halaman detail <i>Coffee Shop</i> ?	Kecepatan Wi-Fi, jumlah colokan, jam ramai/sepi, dan apakah boleh duduk lama.
13.	Fitur seperti apa yang kamu butuhkan dalam aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> ?	Filter khusus "cocok buat kerja", termasuk info Wi-Fi dan jam ramai.
14.	Menurut kamu, bagaimana jika di dalam aplikasi terdapat fitur yang memungkinkan pengguna membuat atau bergabung dalam rencana ngopi, menentukan lokasi <i>Coffee Shop</i> , waktu pertemuan, serta mengundang teman atau orang lain? Apakah fitur tersebut akan membantu atau tidak? Jelaskan.	Membantu, terutama buat meeting dadakan sama rekan kerja remote lain, jadi nggak perlu tanya-tanya lokasi satu-satu di chat.
15.	Apakah kamu tertarik menggunakan aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> jika tersedia?	Tertarik banget, apalagi kalau ada info detail soal Wi-Fi dan kenyamanan buat kerja seharian, itu yang paling aku butuhkan.



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

BERITA ACARA WAWANCARA

Pada Hari ini, telah dilaksanakan wawancara yang berkaitan dengan penelitian dilakukan untuk memenuhi tugas akhir. Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

1. Pewawancara

Nama : Syahbrina Dinova
Nrp : 223040074
Jurusan : Teknik Informatika

2. Narasumber

Nama : Adit
Umur : 22 tahun
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat Domisili : Buah batu
Pekerjaan : Mahasiswa

3. Tempat Wawancara

Tempat : BagiKopi
Alamat : Jl. Ciumbuleuit No.106a, Ciumbuleuit, Kec. Cidadak, Kota Bandung, Jawa Barat 40142

Pihak pewawancara melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.

Pewawancara

Syahbrina Dinova
223040074

Mengetahui
Bandung, 12 Maret 2026
Narasumber



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

Daftar Pertanyaan Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Biasanya bagaimana cara kamu mencari <i>Coffee Shop</i> dan aplikasi apa yang kamu gunakan?	Biasanya saya cari di Google Maps dulu, lihat yang dekat dan ratingnya bagus. Kadang juga lihat di TikTok kalau lagi cari yang suasananya enak.
2.	Hal apa yang pertama kali kamu perhatikan saat melihat informasi <i>Coffee Shop</i> ?	Rating sama foto tempatnya, biar tahu kira-kira nyaman atau nggak.
3.	Menurut kamu, proses mencari <i>Coffee Shop</i> sekarang itu mudah atau sulit? Kenapa?	Masih cukup ribet, karena harus buka beberapa aplikasi dan bandingin sendiri.
4.	Pernah nggak kamu merasa salah memilih <i>Coffee Shop</i> ? Bisa ceritakan pengalamannya?	Pernah, waktu itu kondisinya sedang akhir bulan dimana untuk budget nongkrong itu mungkin pas-pas an, terus coba cari di Tiktok/Instagram rekomendasi <i>Coffee Shop</i> yang enak buat ngerjain tugas, dan disana tidak ada informasi terkait menu atau harganya hanya foto tempatnya, di foto keliatannya nyaman dan cocok untuk ngerjain tugas, akhirnya pergi kesana tetapi ternyata saat sampai disana harga nya over budgeting alhasil karna udah terlanjur mesan minuman ya mau ga mau harus tetap di bayar.
5.	Kendala apa yang paling sering kamu alami saat menentukan <i>Coffee Shop</i> ?	Kendala yang sering saya alami itu informasi yang tidak lengkap, terutama soal suasana dan fasilitas seperti WiFi atau stop kontak.
6.	Informasi apa yang menurut kamu sering kurang jelas atau sulit ditemukan?	Informasi tentang harga, walaupun Sebagian udah ada yang posting di Instagram nya menu dan harga nya tetapi masih suka sulit sih di cari,



Scanned with CamScanner



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

7.	Apakah kamu biasanya harus membuka beberapa aplikasi untuk membandingkan <i>Coffee Shop</i> ? Bagaimana menurut kamu proses tersebut?	Iya, biasanya saya buka Google Maps dan Instagram sekaligus. Prosesnya cukup memakan waktu karena harus cek satu per satu.
8.	Faktor apa yang paling penting buat kamu saat memilih <i>Coffee Shop</i> ?	Faktor paling penting itu WiFi, stop kontak, suasana nyaman, dan harga yang masih terjangkau.
9.	Seberapa penting fasilitas seperti WiFi dan stop kontak bagi kamu?	Sangat penting, karena sering bawa laptop atau HP untuk ngerjain tugas.
10.	Biasanya kamu ke <i>Coffee Shop</i> untuk keperluan apa?	Lebih sering buat nongkrong sama teman, tapi kadang juga buat ngerjain tugas atau belajar.
11.	Kalau mau ngopi atau kerja bareng teman, biasanya bagaimana cara menentukan tempatnya? Apakah mudah atau sulit?	Biasanya kami diskusi di grup chat, masing-masing kasih rekomendasi. Kadang agak lama karena beda-beda pilihan.
12.	Menurut kamu, informasi apa yang wajib ada di halaman detail <i>Coffee Shop</i> ?	Foto tempat, fasilitas, harga, lokasi, dan <i>Review</i> pengguna.
13.	Fitur seperti apa yang kamu butuhkan dalam aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> ?	Fitur filter berdasarkan harga, fasilitas, suasana, dan lokasi.
14.	Menurut kamu, bagaimana jika di dalam aplikasi terdapat fitur yang memungkinkan pengguna membuat atau bergabung dalam rencana ngopi, menentukan lokasi <i>Coffee Shop</i> , waktu pertemuan, serta mengundang teman atau orang lain? Apakah fitur tersebut akan membantu atau tidak? Jelaskan.	Menurut saya perlu, karena bisa mempermudah nentuin tempat tanpa harus diskusi lama.



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

15.	Apakah kamu tertarik menggunakan aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> jika tersedia?	Iya, saya tertarik, apalagi kalau bisa mempermudah dan informasinya lengkap.
-----	---	--



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

BERITA ACARA WAWANCARA

Pada Hari ini, telah dilaksanakan wawancara yang berkaitan dengan penelitian dilakukan untuk memenuhi tugas akhir. Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Pewawancara

Nama : Syahbrina Dinova
Nrp : 223040074
Jurusan : Teknik Informatika

2. Narasumber

Nama : Dea
Umur : 22 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Domisili : Cimahi
Pekerjaan : Mahasiswi

3. Tempat Wawancara

Tempat :
Alamat :

Pihak pewawancara melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.

Pewawancara

Syahbrina Dinova
223040074

Mengetahui
Bandung, 12 Maret 2026
Narasumber



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

Daftar Pertanyaan Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Biasanya bagaimana cara kamu mencari <i>Coffee Shop</i> dan aplikasi apa yang kamu gunakan?	Kalau lagi cari tempat baru, aku tanya-tanya dulu ke temen, biasanya ada yang share rekomendasi. Kalau nggak ada, baru aku cari sendiri di Sosial Media.
2.	Hal apa yang pertama kali kamu perhatikan saat melihat informasi <i>Coffee Shop</i> ?	Jam bukanya, soalnya aku sering ke <i>Coffee Shop</i> malam-malam abis kelas sore, jadi harus mastiin masih buka.
3.	Menurut kamu, proses mencari <i>Coffee Shop</i> sekarang itu mudah atau sulit? Kenapa?	Sulit kalau lagi cari yang buka sampai malam, soalnya jam operasional di Maps kadang nggak update, jadi suka datang tapi udah tutup.
4.	Pernah nggak kamu merasa salah memilih <i>Coffee Shop</i> ? Bisa ceritakan pengalamannya?	Pernah, aku dan temen udah niat skripsian bareng jam 9 malam, eh sampe sana ternyata tutup jam 8. Akhirnya muter-muter cari tempat lain yang masih buka, buang waktu banget.
5.	Kendala apa yang paling sering kamu alami saat menentukan <i>Coffee Shop</i> ?	Nggak ada info parkir, soalnya aku bawa motor jadi perlu tahu ada parkir apa nggak sebelum ke sana.
6.	Informasi apa yang menurut kamu sering kurang jelas atau sulit ditemukan?	Jam operasional yang akurat, sama ada nggaknya musala di tempat itu.
7.	Apakah kamu biasanya harus membuka beberapa aplikasi untuk membandingkan <i>Coffee Shop</i> ? Bagaimana menurut kamu proses tersebut?	Iya, kadang sampai buka 3 aplikasi (Maps, Instagram, sama nanya ke temen lewat Whatsapp), lumayan capek juga.



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

Jl. Dr. Setiabudi No. 193 Bandung 40153

8.	Faktor apa yang paling penting buat kamu saat memilih <i>Coffee Shop</i> ?	Jam buka sampai malam, ada musala, dan harganya masih masuk kantong mahasiswa.
9.	Seberapa penting fasilitas seperti WiFi dan stop kontak bagi kamu?	Penting, tapi buat aku jam operasional sama musala lebih prioritas dulu.
10.	Biasanya kamu ke <i>Coffee Shop</i> untuk keperluan apa?	Paling sering buat bimbingan skripsi bareng temen sekelompok, biasanya malam hari setelah semua selesai kelas.
11.	Kalau mau ngopi atau kerja bareng teman, biasanya bagaimana cara menentukan tempatnya? Apakah mudah atau sulit?	Agak susah, soalnya harus mastiin tempatnya masih buka pas jam kita kumpul, jadi sering bolak-balik nanya di grup.
12.	Menurut kamu, informasi apa yang wajib ada di halaman detail <i>Coffee Shop</i> ?	Jam buka-tutup yang jelas, ada musala apa nggak, dan info parkir.
13.	Fitur seperti apa yang kamu butuhkan dalam aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> ?	Filter berdasarkan jam operasional (misal yang buka sampai tengah malam) sama fasilitas ibadah.
14.	Menurut kamu, bagaimana jika di dalam aplikasi terdapat fitur yang memungkinkan pengguna membuat atau bergabung dalam rencana ngopi, menentukan lokasi <i>Coffee Shop</i> , waktu pertemuan, serta mengundang teman atau orang lain? Apakah fitur tersebut akan membantu atau tidak? Jelaskan.	Kepake banget, jadi sekali share ke grup, semua langsung tahu tempat dan jamnya tanpa harus tanya bolak-balik.
15.	Apakah kamu tertarik menggunakan aplikasi rekomendasi <i>Coffee Shop</i> jika tersedia?	Tertarik, apalagi kalau bisa lihat jam operasional yang akurat, soalnya itu yang paling sering bikin gagal rencana.

Lampiran 4 Tampilan UI Aplikasi CariKopi





Yuk cari tempat ngopi !

Solusi mudah menemukan tempat ngopi favoritmu



Temukan dengan cepat

Cari coffee shop terdekat hanya dalam satu aplikasi

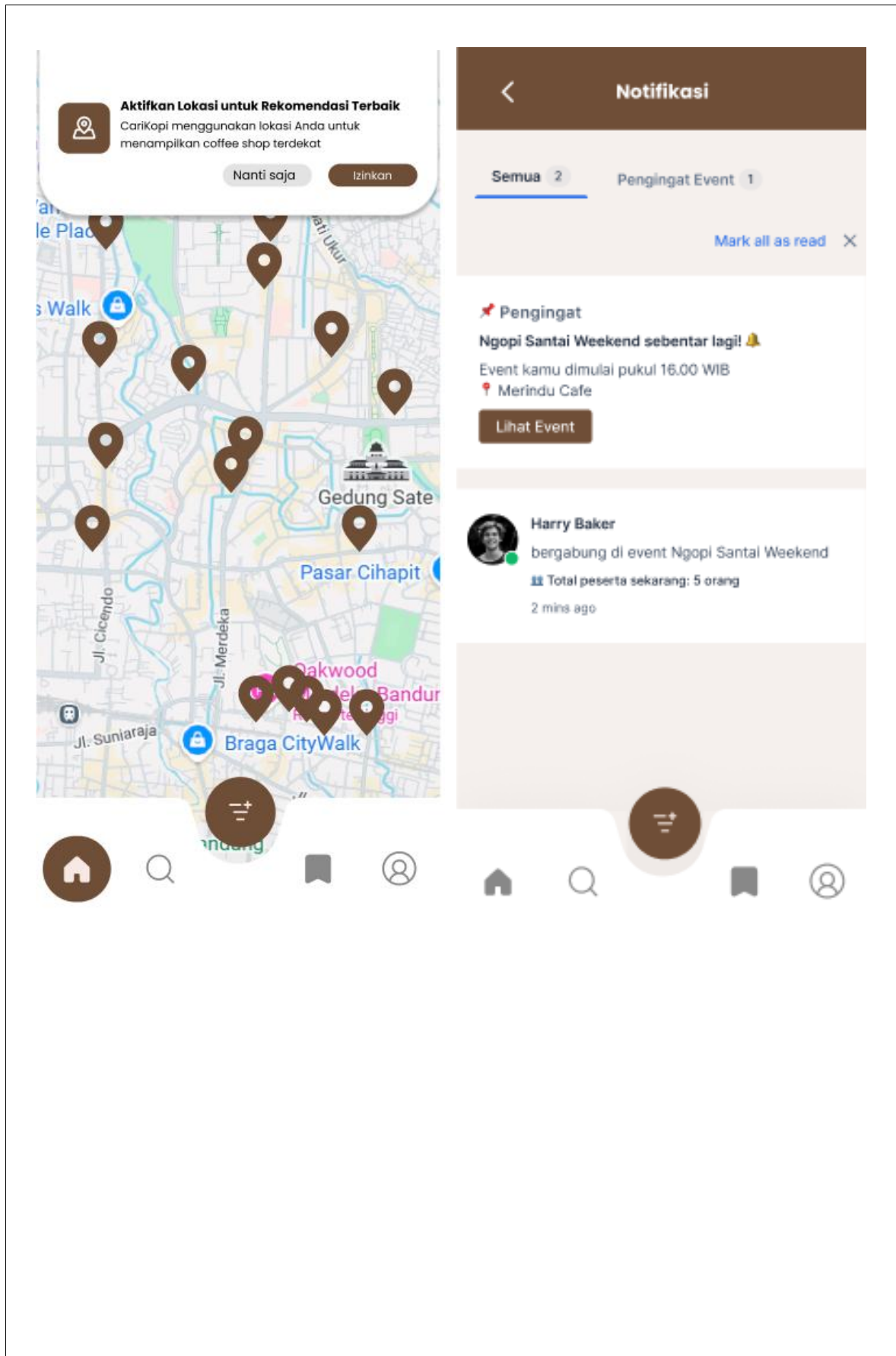


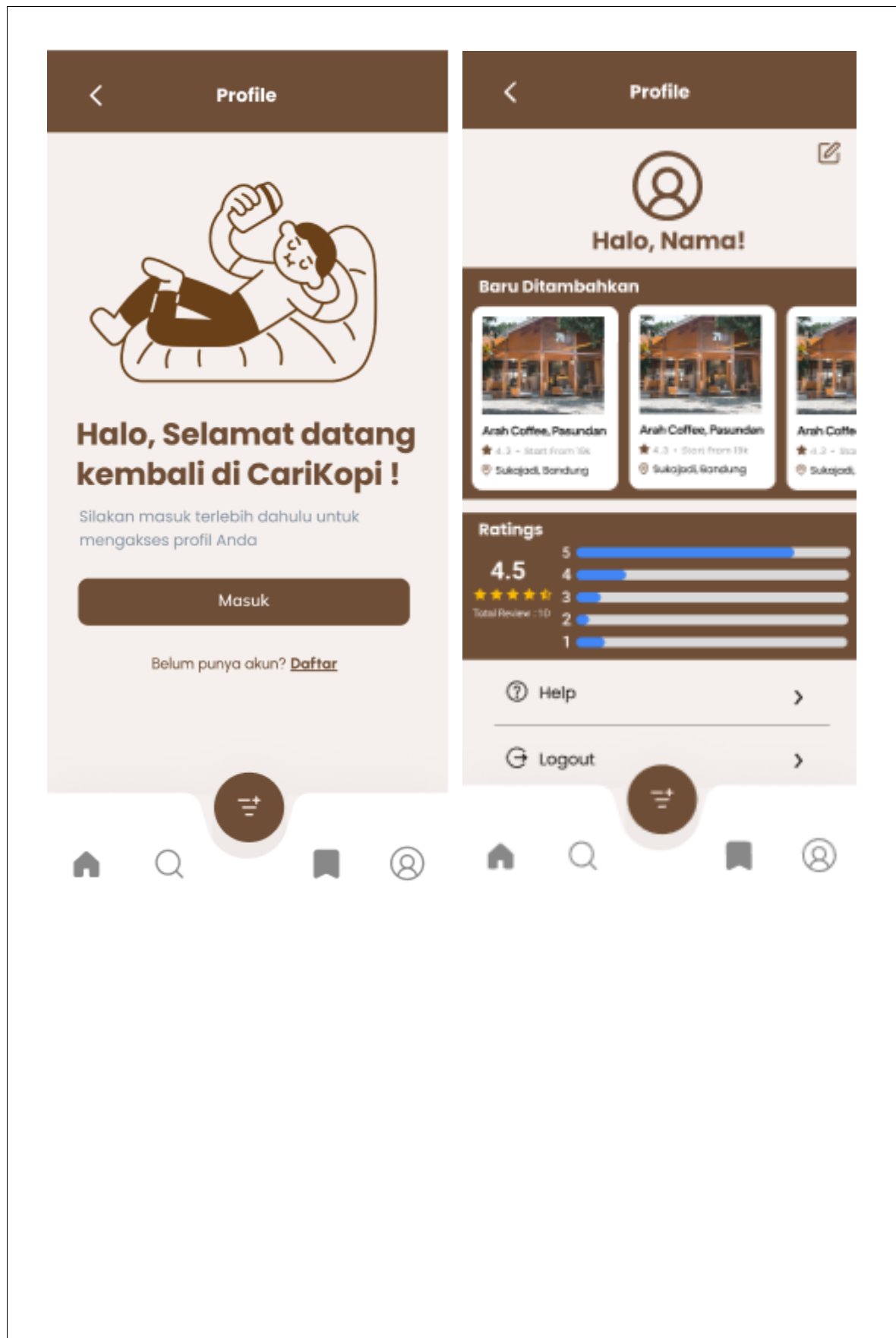
Nikmati momen ngopi

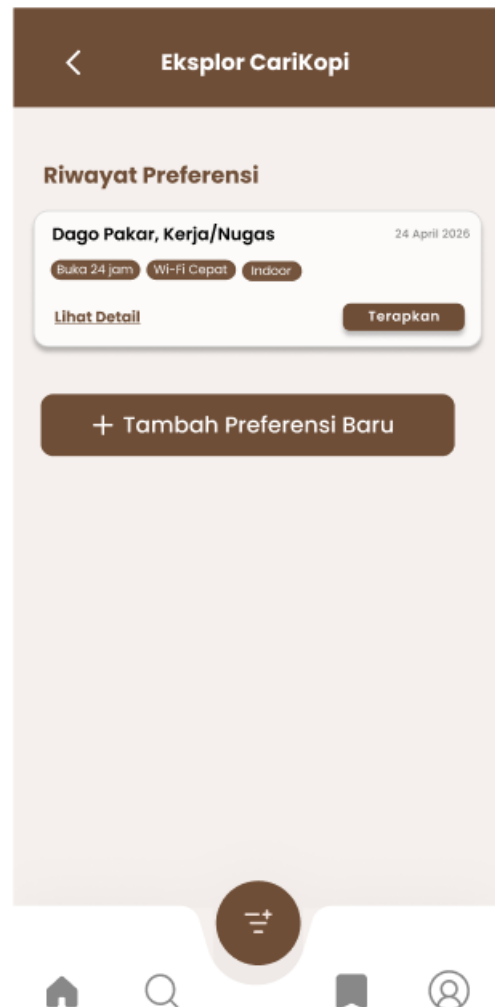
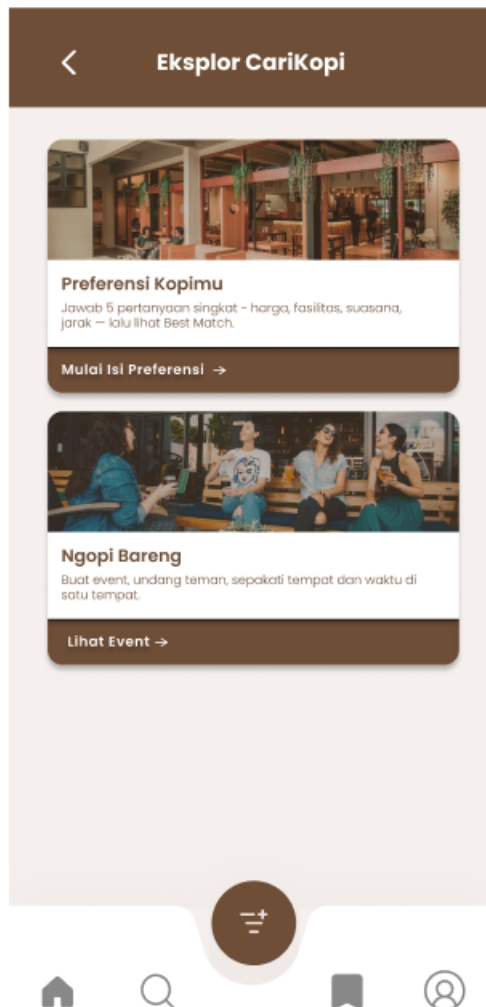
Temukan tempat nyaman sesuai seleraamu



Mulai







The image displays two side-by-side mobile application screens with a brown and beige color scheme. Both screens have a top navigation bar with a back arrow and the title "Preferensi Kopimu".

Left Screen:

- Title:** "Kamu ingin ngopi di daerah mana?"
- Form:** A dropdown menu labeled "Pilih Lokasi" with a downward arrow.
- Title:** "Kapan kamu ingin ngopi?"
- Form:** Two stacked dropdown menus, the first labeled "Select Date" and the second labeled "Select Time", both with downward arrows.
- Navigation:** A circular button with a right-pointing arrow is at the bottom right. A floating action button (FAB) with a plus sign and a list icon is at the bottom center.

Right Screen:

- Title:** "Berapa budget minuman yang kamu inginkan?"
- Form:** A horizontal range slider with a dark brown handle. The left end is labeled "Rp.35.000" and the right end is labeled "Rp.250.000".
- Title:** "Metode pembayaran apa yang kamu gunakan?"
- Form:** A dropdown menu labeled "Pilih Metode Pembayaran" with a downward arrow.
- Navigation:** A circular button with a right-pointing arrow is at the bottom right. A floating action button (FAB) with a plus sign and a list icon is at the bottom center.

Bottom Bar: Both screens share a common bottom navigation bar with five icons: a home icon, a search icon, a central FAB with a plus sign and a list icon, a bookmark icon, and a user profile icon.

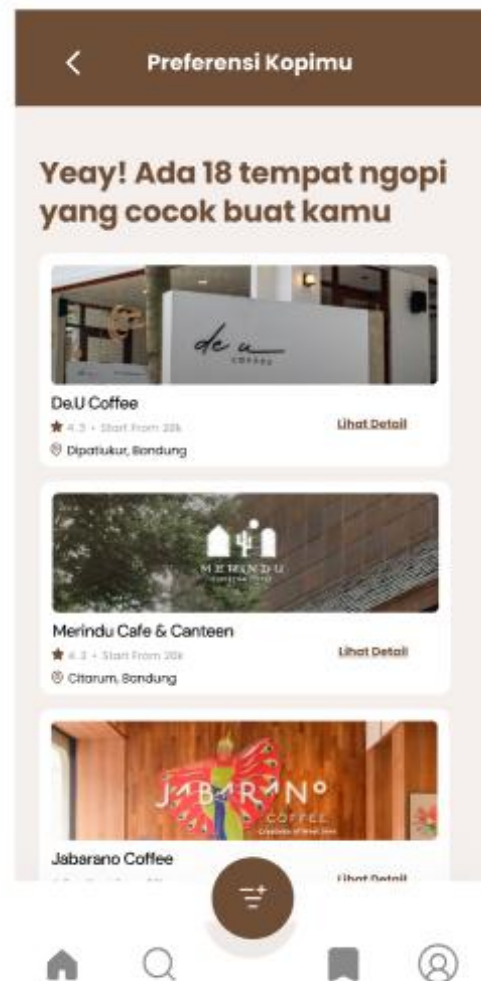
The image displays two side-by-side screenshots of a mobile application interface, both titled "Preferensi Kopimu" (Your Coffee Preferences) in a brown header bar. The app has a bottom navigation bar with icons for home, search, a central menu (highlighted with a brown circle), bookmarks, and profile.

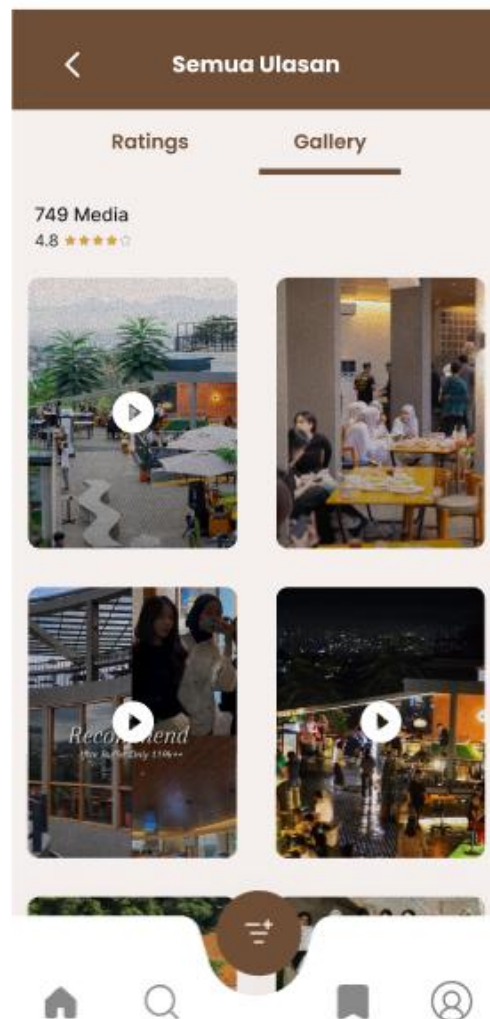
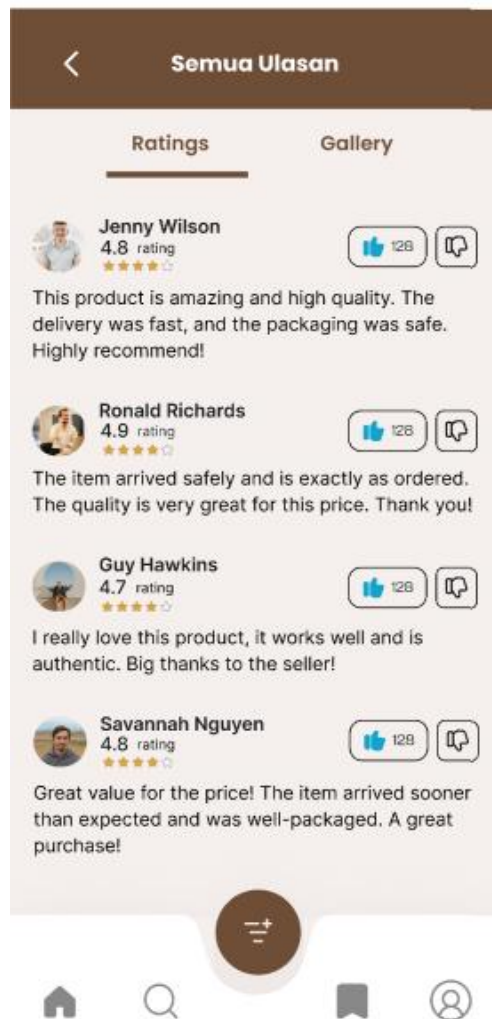
Left Screen:

- Question:** "Apa tujuan kamu ngopi hari ini?" (What is your purpose for coffee today?)
- Form:** A white dropdown menu with the text "Pilih Tujuan Ngopi" (Select Coffee Purpose) and a downward arrow.
- Question:** "Area seperti apa yang kamu inginkan?" (What kind of area do you want?)
- Form:** A white container with two checkboxes:
 - ☐ Indoor
 - ☐ Outdoor (Smoking Area)
- Navigation:** A brown circular button with a white right-pointing arrow is located at the bottom right of the content area.

Right Screen:

- Question:** "Apakah kamu membutuhkan koneksi internet?" (Do you need an internet connection?)
- Form:** A white container with two checkboxes:
 - ☐ Butuh Wi-Fi Cepat (Need Fast Wi-Fi)
 - ☐ Wi-Fi tersedia (Wi-Fi available)
- Question:** "Kamu butuh coffee shop yang buka 24 jam?" (Do you need a 24-hour coffee shop?)
- Form:** Two radio button options:
 - ☐ Iya, Yang 24 Jam (Yes, 24 hours)
 - ☐ Tidak Harus 24 Jam (Not necessarily 24 hours)
- Navigation:** A brown circular button with a white right-pointing arrow is located at the bottom right of the content area.







Masuk

Masukkan email dan kata sandi Anda untuk masuk.



☐ Ingat Saya [Lupa Password ?](#)

Atau masuk dengan



Belum punya akun? [Daftar](#)



Daftar

Buat akun untuk melanjutkan!







Sudah punya akun? [Masuk](#)



Lupa Password

Silakan masukkan Email Anda untuk mengatur ulang kata sandi.

Email

Kirim Kode OTP



Masukkan Kode OTP

Silakan masukkan OTP yang dikirim ke alamat email anda

Verifikasi Kode

Belum menerima OTP? [Kirim ulang OTP](#)



Atur kata sandi baru

Buat kata sandi baru. Pastikan kata sandi tersebut berbeda dari kata sandi sebelumnya demi keamanan.

Katasandi Baru

Konfirmasi Katasandi

Perbarui Katasandi



Berhasil!

Selamat! Kata sandi Anda telah berhasil diperbarui.
Klik Lanjutkan untuk masuk.

Masuk

Lampiran 5 Testing dengan Pengguna

