

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Coffee Toffee merupakan brand kopi lokal asli Indonesia yang berdiri pertama kali pada tanggal 11 November 2006 di Surabaya. Saat ini Coffee Toffee berdiri dengan lebih dari 100 gerai tersebar di seluruh Indonesia^[1]. Pelanggan merupakan bagian penting dalam usaha agar terus berkembang dan unggul dibandingkan kompetitor lain. Karena itu, mereka berupaya mendapatkan loyalitas pelanggannya dengan menerapkan sistem *member card* yang sudah mempunyai 992 pelanggan pada akhir Agustus 2019. Loyalitas pelanggan sendiri berarti pelanggan tersebut melakukan pembelian secara berkala atau kesetiannya pada Coffee Toffee^[2].

Berdasarkan hasil wawancara dengan Siswakowanti Apriliyanti pada tanggal 23 September 2019 tentang loyalitas pelanggan, bahwa mempertahankan pelanggannya untuk tetap berkunjung ke Coffee Toffee tidak mudah karena semakin banyaknya kompetitor dengan usaha serupa, sehingga menyebabkan menurunnya kunjungan pelanggan ke Coffee Toffee. Hal tersebut diperkuat dengan data penjualan dari *member card* yang menunjukkan penurunan grafik penjualan dari pelanggan.

Selain itu, pada tanggal 30 September 2019 hingga 4 Oktober 2019 dilakukan kuesioner terhadap 100 pelanggan Coffee Toffee dengan menggunakan *Net Promoter Score* yang merupakan alat pengukur loyalitas dengan nilai 1 sampai 10^[3]. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebanyak 30 orang responden adalah *Promoter*, 71 orang responden adalah *Passive* dan 24 orang responden adalah *Detractor*. Nilai NPS atau *Net Promotore Score* yang diperoleh Coffee Toffee adalah 9% yang termasuk kategori *NPS Good* atau kategori terendah dalam NPS. Salah satu alasan responden memberi nilai terendah atau *Detractor* adalah karena mereka masih belum puas dengan *feedback* terhadap loyalitas mereka. Untuk menaikkan nilai loyalitas, beberapa responden menginginkan keuntungan yang didapatkan dari pembelian dan adanya program loyalitas yang lebih unggul daripada kompetitor lain.

Hasil wawancara dan kuesioner yang dilakukan menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan di Coffee Toffee saat ini sangat rendah dan semakin menurun. Untuk meningkatkan dan mempertahankan Coffee Toffee sebelumnya sudah dilakukan penelitian menggunakan metode *Customer Relationship Management* atau CRM. Dalam penelitian oleh Muhammad Suryandi dan Dian Dharmayanti, pendekatan CRM membantu CV. Blitzspot dalam menentukan strategi untuk mempertahankan konsumen mereka^[4]. Namun, pada penelitian oleh Agung JMU dan Yeffry H yang merancang CRM untuk membangun loyalitas pelanggan mendapatkan hasil nihil dimana CRM mereka belum bisa meningkatkan keuntungan dan belum dapat memelihara loyalitas pelanggan^[5]. CRM masih mempunyai resiko *miss communication* dalam penyampaian pemahaman tentang program^[6] dan proses yang berjalan kurang efisien, kurang efektif dan kurang aman^[5].

Seiring dengan perkembangan teknologi, semakin banyak pemasaran yang bisa dilakukan dengan memanfaatkan teknologi. Untuk menutupi kurangnya CRM, salah satu metode yang bisa dimanfaatkan adalah dengan gamifikasi, yaitu penggunaan elemen atau mekanik *game* pada sebuah aktivitas bukan *game*^[7]. Namun, harus mempunyai tujuan yang akan dicapai^[8]. Gamifikasi banyak dimanfaatkan dalam bidang pendidikan, seperti yang dilakukan oleh Raihan Abdan Syakuran yang berhasil menarik minat siswa untuk belajar^[9] ataupun untuk *online survey*. Pada penelitian oleh Johannes Harms dkk yang berhasil mendapatkan jawaban dengan psikologi dan kelakuan yang lebih baik^[10].

Berdasarkan hasil pemaparan fakta dan masalah-masalah yang telah dijelaskan, maka akan dilaksanakan penelitian untuk menjadi solusi dari masalah-masalah tersebut, yaitu membangun aplikasi Toffee Me berbasis android dengan menerapkan gamifikasi. Aplikasi akan dibangun menggunakan *framework* rancangan Marczewski dengan tujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan Coffee Toffee.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi masalah yang ada, yaitu:

1. Tingkat loyalitas pelanggan di Coffee Toffee saat ini sangat rendah.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk membangun aplikasi Toffee Me berbasis android dengan menerapkan gamifikasi yang akan dibangun dengan menggunakan framework rancangan Maczewski (*Maczewski's Gamification Framework*). Adapun tujuan dari dibangunnya aplikasi tersebut yaitu,

1. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Coffee Toffee.

1.4 Batasan Masalah

Adapun beberapa batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Perangkat yang digunakan adalah *mobile* basis android dengan diterapkan pada spesifikasi android minimal versi 5.0 Lollipop (API 21)
2. Aplikasi dibangun dengan tools Android Studio 3.5.3
3. Database yang digunakan adalah Firebase dengan database model NoSQL.
4. Aplikasi dirancang khusus untuk Coffee Toffee dan bersifat publik.
5. Tempat yang menjadi penelitian adalah Coffee Toffee Gasibu Surapati di Bandung.
6. Metode gamifikasi dibangun dengan framework rancangan Maczewski yang sudah direvisi versi tahun 2016.
7. Analisis pengguna sistem aplikasi dilakukan dengan menggunakan *HEXAD Gamification User Types Questionnaire*.

1.5 Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian terapan dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Berikut adalah metode pengumpulan data dalam penelitian ini

1. Studi Literatur
Pengumpulan data dilakukan dengan cara mempelajari, meneliti dan menelaah berbagai literatur yang bersumber dari buku, jurnal ilmiah, artikel, skripsi, dan artikel pada situs internet.
2. Wawancara

Wawancara dilakukan di Coffee Toffee Gasibu Surapati pada tanggal 23 September 2019 tentang pelanggan terhadap Siswakowati Apriliyati selaku Store Marketing Area Bandung.

3. Kuesioner

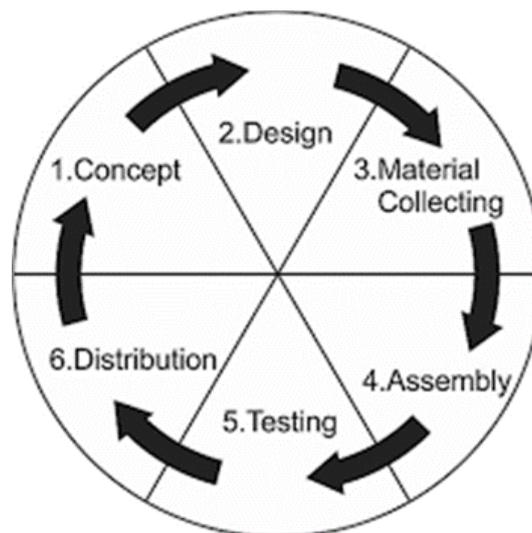
Kuesioner dilakukan terhadap 100 pelanggan Coffee Toffee pada tanggal 30 September 2019 sampai 4 Oktober 2019 dengan menyebarkan beberapa pertanyaan terkait loyalitas pelanggan Coffee Toffee.

4. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan menganalisis data pelanggan terdaftar *member card* dan juga data transaksi pelanggan.

1.5.2 Metode Pembangunan Perangkat Lunak

Dalam penelitian ini metode pembangunan perangkat lunak yang digunakan adalah Multimedia Life Cycle atau disingkat dengan MDLC^[11]. Tahapan pembuatan perangkat lunak dengan MDLC mempunyai 6 tahap seperti yang digambarkan pada **Gambar 1.1** Tahapan Metode MDLC.



Gambar 1.1 Tahapan Metode MDLC

(Sumber: Multimedia Digital^[11])

Keterangan langkah-langkah MDLC pada **Gambar 1.1** Tahapan Metode MDLC adalah sebagai berikut:

1. *Concept*

Pada tahap *concept* akan dilakukan analisis dari metode gamifikasi yaitu analisis masalah, analisis pelanggan, dan analisis tujuan. Selain itu juga akan melakukan analisis kebutuhan perangkat lunak, spesifikasi kebutuhan perangkat lunak, analisis non-fungsional dan analisis kebutuhan fungsional.

2. *Design*

Pada tahap *design* akan dilakukan perancangan dari gamifikasi yaitu, perancangan user journey, perancangan aktivitas dan mekanik dan perancangan narasi. Selain itu juga dilakukan perancangan database, menu, antarmuka, pesan dan jaringan semantik.

3. *Material Collecting*

Tahap *material collecting* adalah tahap mengumpulkan semua bahan yang dibutuhkan mulai dari model elemen yang sudah dibuat, gambar, suara, script dan animasi lalu dimasukkan ke dalam file Android Studio.

4. *Assembly*

Pada tahapan ini bahan-bahan yang sudah dikumpulkan digabungkan dan aplikasi dibuat sesuai pada tahapan *design* dengan menggunakan Android Studio.

5. *Testing*

Pada tahap ini, setelah menyelesaikan tahap *assembly* maka program aplikasi akan dilakukan pengujian alpha apakah ada kesalahan atau tidak dan juga pengujian beta terhadap pelanggan Coffee Toffee.

6. *Distribution*

Pada tahap distribusi, program aplikasi akan dibuat dalam format .apk dan diunggah ke dalam Play Store agar pelanggan Coffee Toffee dapat mengakses aplikasi.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran umum tentang masalah yang akan diselesaikan. Sistematika pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai ruang lingkup Coffee Toffee dan landasan teori yang terdiri dari teori umum yang terdiri dari teori umu, teori proses bisnis, teori perancangan, teori pengujian sistem dan teori software yang digunakan.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN

Membahas mengenai analisis gamifikasi dengan *framework* dari Marczewski, perancangan gamifikasi, analisis kebutuhan perangkat lunak dan perancangan sistem yang terdiri dari perancangan database, menu, antar muka, dan jaringan semantik.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Membahas tentang implementasi dalam pemograma yaitu implementasi kebutuhan perangkat keras dan perangkat lunak, implementasi antar muka dan tahap-tahap dalam melakukan pengujian perangkat lunak

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Membahas kesimpulan yang sudah diperoleh dari hasil penelitian dan saran mengenai pengembangan aplikasi untuk masa yang akan datang.