

Perancangan Prototipe Aplikasi *Mobile* Pelayanan Catering Anak “CATA APPS”

Azmi Amaliyatul Amanah, Adya Mulya Prajana, Ananda Risya Triani

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Indonesia.

ABSTRAK

Ibu rumah tangga yang berkarir sering kali tidak sempat menyiapkan bekal sehat untuk anaknya. Rata-rata mereka membeli makanan di luar atau memesan catering melalui rekomendasi orang terdekat atau menggunakan jasa *Online Food Delivery* (OFD) yang kurang terjamin gizi dan higienisnya. Di sisi lain, pengusaha catering anak mengandalkan metode promosi *word of mouth* yang kurang efektif dalam memperluas pasar. Dengan meningkatnya penggunaan aplikasi pesan-antar makanan atau OFD di Indonesia, ada peluang besar untuk menciptakan aplikasi mobile khusus untuk catering anak, yang disertai UI/UX yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Perancangan UI/UX aplikasi ini menggunakan metode *Design Thinking*. Penelitian ini bertujuan untuk merancang prototipe aplikasi mobile khusus untuk catering anak. Dengan adanya aplikasi tersebut, diharapkan menyediakan solusi praktis bagi orang tua serta peluang bisnis bagi para pengusaha catering anak.

Kata Kunci: Aplikasi Mobile, Catering Anak, *Design Thinking*, *Lean Canvas*, UI/UX

ABSTRACT

Housewives who have careers often don't have time to prepare healthy lunches for their children. On average, they buy food outside or order catering through recommendations from people close to them or use Online Food Delivery (OFD) services which lack guaranteed nutrition and hygiene. On the other hand, children's catering entrepreneurs rely on word of mouth promotion methods which are less effective in expanding the market. With the increasing use of food delivery applications or OFD in Indonesia, there is a great opportunity to create mobile applications specifically for children's catering, which are accompanied by UI/UX that suits user needs. The UI/UX design of this application uses the Design Thinking method. This research aims to design a mobile application prototype specifically for children's catering. With this application, it is hoped that it will provide practical solutions for parents as well as business opportunities for children's catering entrepreneurs

Keywords: *Mobile Application, Children's Catering, Design Thinking, Lean Canvas, UI/UX*

How to Cite:

Amanah, A.A., Prajana, A.M., Triani, A.R (2024) Perancangan Prototipe Aplikasi *Mobile* Pelayanan Catering Anak “CATA APPS”. *Gestalt : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(2), 41-52
<https://doi.org/10.33005/gestalt.v6i2.228>



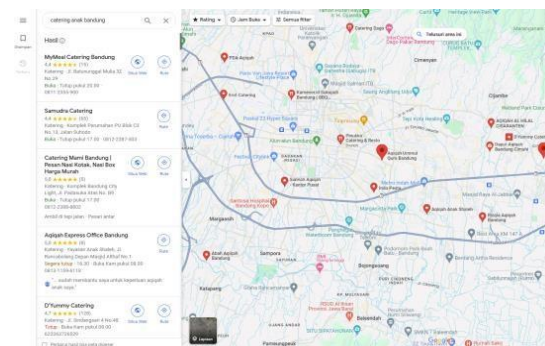
PENDAHULUAN

Catering merupakan salah satu bisnis yang cukup digemari oleh sebagian masyarakat Indonesia. Begitu banyaknya pengusaha yang bergerak dibidang pangan dikarenakan adanya keanekaragaman kuliner khas dari berbagai daerah di seluruh Indonesia. Dalam situs berita Detik Finance (Anggita, 2023) Plh. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Kemendag, Miftah Farid, mengatakan bahwa makanan olahan adalah salah satu produk ekspor unggulan Indonesia di pasar global. Selain itu menurut UKM Indonesia.id, bisnis *catering* terus mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia yang pada tahun 2019, pendapatan penyedia makanan dan katering di Jawa Barat mencapai sekitar 9,6 triliun rupiah (Rohmah, 2023). Itulah yang menjadi alasan mengapa bisnis *catering* menjadi peluang usaha yang cukup menjanjikan.

Berdasarkan pengalaman beberapa ibu rumah tangga melalui wawancara yang pernah memesan *catering*, biasanya *catering* sering dicari oleh masyarakat untuk keperluan acara-acara sosial yang biasanya waktu pemesanannya beberapa hari sebelum dilaksanakannya acara. Kemudian makanan yang sudah dipesan akan dikirim ke tempat tujuan acara tersebut. Acara-acara tersebut di antaranya, ada acara yang diadakan secara personal seperti acara keluarga atau bahkan acara yang melibatkan suatu lembaga kecil hingga lembaga resmi yang besar. Sedangkan usaha seperti restoran atau rumah makan biasanya menerima pelanggan yang akan memesan makanan untuk dimakan di tempat dan hari yang sama.

Walaupun bisnis ini sudah cukup banyak di Indonesia, namun jika mencari bisnis *catering* di Indonesia yang dikhususkan untuk makanan anak melalui internet ternyata sulit ditemukan. Hal tersebut dikarenakan banyak pengusaha *catering* anak yang belum menggunakan media *online* dengan maksimal sebagai

sarana promosi (Ningtyas dkk., 2019: 29). Jika mengambil sampel dari jumlah pengusaha *catering* anak yang ditemukan di Google Maps ada sekitar 44,44% atau 40 dari 90 yang mencantumkan *link* situs web atau media sosial.



Gambar 1. Pencarian *Catering* Anak di Google Maps

(sumber:

<https://www.google.co.id/maps/search/catering+anak+bandung/@-6.9385715,107.6249448,13z?entry=ttu>)

Observasi dan wawancara juga menunjukkan bahwa banyak orang tua, terutama ibu yang bekerja, memilih membeli sarapan karena tidak sempat memasak bekal anak. Anak-anak sering kehilangan selera makan karena makanan yang disediakan kurang menarik dan tidak memperhatikan kualitas gizi. Dalam penelitian yang dilakukan Idrianti (2020: 84) tentang perilaku makan anak di SD Cikuncung 04 Desa Mandalasari Kabupaten Bandung, didapatkan hasil bahwa mayoritas perilaku makan pada anak adalah *Food Fussiness* (anak yang suka memilih-milih makanan) yaitu sebanyak 17,64%. Untuk mengatasi masalah *Food Fussiness* tersebut salah satunya adalah membuat tampilan bekal yang lucu dan menarik bagi anak-anak, seperti halnya Bentou atau bekal makan ala Jepang.

Bentou juga dapat menjadi inspirasi bagi pengusaha bisnis *catering* yang mengambil tema untuk menu anak-anak. Berdasarkan observasi yang dilakukan melalui pencarian di internet, terdapat lebih

dari sepuluh pengusaha *catering* di daerah Bandung. Ada sekitar kurang lebih 40 *catering* umum juga yang memiliki menu dengan tema anak-anak. Ada tiga contoh *catering* anak yang menambahkan menu dengan konsep *bentou* yang ditemukan di media sosial Instagram, di antaranya Kuegulaku, Nanamo Kitchen, Mamam Masak, dan masih banyak lagi. Namun, tetap saja kebanyakan *catering* didominasi oleh *catering* umum dan tidak semua *catering* memiliki *website* atau media sosial.



Gambar 2. Keberadaan *catering* anak di Media Sosial

(Sumber: Media Sosial Instagram)

Berdasarkan pengamatan secara langsung terhadap beberapa pengusaha *catering*, rata-rata pengusaha *catering* cenderung memilih lokasi berjualan tetapnya di tempat tinggalnya sendiri. Jika berjualan di tempat tinggal sendiri membuat sulitnya menambah pelanggan kecuali jika pemilik usaha *catering*, khususnya *catering* anak ini memiliki relasi yang baik dengan tetangganya atau dengan rekan-rekan terdekatnya.

Dalam wawancara dengan beberapa pemilik usaha *catering* sehat di daerah Bandung, ternyata cara informasi produk makanan *catering* tersebut sampai ke konsumen adalah menggunakan metode *word of mouth* seperti yang telah disinggung sebelumnya. Pemilik usaha tersebut memanfaatkan relasi dengan rekan-rekannya, tetangga, atau bahkan kenalan dari para orang tua siswa sekolah dasar dan

PAUD. Metode ini dipilih karena selain untuk meyakinkan konsumen tentang produk yang dijualnya melalui testimoni secara langsung, juga karena memang belum ada *platform* daring yang melayani *catering* khusus anak. Salah satu solusi sementara yang mereka lakukan untuk memperluas sasaran pasarnya adalah dengan menggunakan media sosial. Namun media sosial biasanya hanya nyaman dalam segi promosinya saja, tidak dengan dalam proses transaksinya seperti yang dilakukan pada *ecommerce* yang cepat, mudah, dan terjamin keamanannya.

Pemesanan secara *online* makanan, minuman, atau bahkan *catering* adalah metode yang paling cepat dan mudah (Cahyani dkk., 2020). Karena pengusaha tidak perlu lagi menyewa tempat khusus untuk membuka toko fisik layaknya rumah makan/ atau restoran, cukup dengan rumah sendiri. Begitu pula dengan pelanggan yang tidak perlu datang langsung ke tempat *catering* yang dituju. Salah satu *platform* pelayanan *online* untuk pemesanan *catering* adalah dengan menggunakan aplikasi *mobile*. Saat ini pertumbuhan pasar aplikasi *mobile* di Indonesia sangat signifikan. Dalam Kompas.com, lembaga riset Nielsen menyebutkan bahwa, tidak kurang dari 95 persen masyarakat Indonesia lebih suka makanan siap santap yang 58 persen di antaranya memesan menggunakan lewat aplikasi pesan-antar (Lingga dan Setiawan, 2019). Artinya ada sekitar 61,05% pemesanan makanan menggunakan aplikasi pesan-antar.

Walaupun saat ini banyak *platform* yang menjadi mediator antara produsen dan konsumen, khususnya dalam bidang kuliner, tetapi masih sedikit ditemukannya aplikasi *mobile* yang menjadi mediator untuk *catering*, khususnya *catering* anak. Maka dari itu, penelitian ini dibutuhkan untuk mendeskripsikan perancangan sebuah *platform* yang memberikan pelayanan *catering* yang dispesifikasikan untuk makanan anak. *Platform* tersebut adalah

sebuah aplikasi *mobile* dengan sistem berlangganan. Aplikasi tersebut akan menampilkan berbagai mitra *catering* anak dengan tampilan atau *user interface* (UI) aplikasi yang menyesuaikan *user experience* (UX) atau kebutuhan penggunaannya. Perancangan aplikasi *mobile* ini diharapkan memiliki peluang bisnis yang cukup besar karena belum adanya *platform ecommerce* yang menyediakan pelayanan *catering* berlangganan khusus makanan anak.

METODE PENELITIAN

Bagian ini berisi tentang metode penelitian, sumber data dan sistematika penelitian digunakan.

Pada penelitian ini metode *design thinking*, metode ini menjadikan pengguna sebagai subjek utama dalam mengeksplorasi berbagai kemungkinan solusi.

1) *Empathize*: Memahami pengalaman dari sudut pandang sebagai pengguna melalui observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka dan analisis visual. Pada tahapan ini, peneliti harus bersikap objektif agar dapat lebih memahami apa yang dibutuhkan oleh pengguna.

Teknik observasi merupakan pengumpulan data yang terlihat dan dapat dirasakan oleh panca indra (Soewardikoen, 2021). Dalam penelitian ini observasi dilakukan dengan pengamatan terhadap situasi yang dialami beberapa keluarga melalui perbincangan ringan pada saat wawancara. Selain itu observasi juga dilakukan untuk mengamati objek visual yang berkaitan dengan tampilan aplikasi *mobile* dengan tema menyesuaikan dengan penggunaan aplikasi tersebut.

Teknik wawancara merupakan percakapan untuk memperoleh informasi dengan cara menggali pemikiran, konsep, dan pengalaman pribadi narasumber (Soewardikoen, 2021). Pada penelitian ini, wawancara dilakukan dengan lima narasumber yang berbeda. Wawancara

dengan pihak ibu rumah tangga, pemilik *catering* dan narasumber ahli yang sudah berpengalaman dalam bidang UI/UX.

Menurut Mamesah, kuesioner (Angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya (2020: 49). Bentuk kegiatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah membuat daftar pertanyaan di media *google forms*, kemudian disebarluaskan melalui akun media sosial seperti Line, Whatsapp dan Instagram kepada para ibu rumah tangga yang bekerja sebagai pengguna jasa *catering* anak, Selain itu sebagai data pendukung pada penelitian ini melakukan studi pustaka yaitu mempelajari sumber literatur terkait penelitian.

2) *Define*: Mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang akan diselesaikan yang diperoleh melalui tahapan empati dengan tujuan untuk menentukan pernyataan masalah sebagai perhatian utama pada penelitian.

3) *Ideate (Konsep Perancangan)*: Menghasilkan beragam ide atau gagasan untuk menyelesaikan masalah sebagai landasan dalam membuat prototipe rancangan yang akan dibuat.

4) *Prototyping (Hasil Perancangan)*: Tahapan pembuatan rancangan awal suatu produk yang selanjutnya akan diuji coba dengan tujuan untuk mendeteksi kesalahan sejak awal dan dapat memperkirakan kemungkinan baru.

5) Uji Coba (*Testing*): Menguji solusi dengan pengguna untuk mendapatkan umpan balik, kemudian melakukan iterasi kembali ke langkah-langkah sebelumnya.

PEMBAHASAN

Empathize

Dalam *design thinking* tahapan yang dilalui pertama kali adalah *empathize* yang mengharuskan untuk mendengar, melihat, mengamati, dan merasakan permasalahan yang dihadapi oleh calon pengguna aplikasi.

A. Wawancara

Ada empat jenis wawancara yang dilakukan, di antaranya mewawancarai ibu rumah tangga, pemilik *catering*, ahli gizi, dan praktisi UI/UX. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh para ibu rumah tangga dalam mengatur pola makan anaknya, situasi yang dialami oleh pengusaha *catering* khusus anak, gizi yang harus diperhatikan saat memilih mitra *catering*, dan cara merancang UI/UX yang tepat.

Tabel 1, Hasil Wawancara

Narasumber	Hasil Wawancara
<p>Ibu Maya</p> 	<p>Ibu Maya, seorang ibu rumah tangga yang juga aktif di berbagai kegiatan luar rumah dan menjual makanan secara <i>online</i>, sering tidak sempat menyiapkan bekal makan siang atau camilan untuk kedua anaknya yang bersekolah di SD dan TK. Meskipun pernah mencoba membuat bekal dengan tampilan lucu sesuai permintaan anaknya, ia merasa hal itu terlalu merepotkan dan memakan waktu di pagi hari. Pernah memakai jasa <i>catering</i> anak yang bekerja sama dengan sekolah anaknya, di mana pemesanan dilakukan melalui grup WhatsApp yang dikelola wali kelas. Kelebihan dari jasa <i>catering</i> ini adalah variasi menu yang berubah setiap minggu dan sistem pemesanan yang sistematis dan jelas, memudahkan Ibu Maya dan orang tua lainnya. Namun, Ibu Maya merasa penggunaan WhatsApp kurang nyaman karena pesan sering tenggelam di antara obrolan lain dalam grup, membuat informasi penting sulit ditemukan. Selain itu, Ibu Maya menganggap bahwa <i>catering</i> akan lebih menarik jika menawarkan promo atau diskon untuk pelanggan tetap atau pada hari-hari khusus, meningkatkan nilai tambah dan kepuasan pelanggan.</p>
<p>Ibu Winda</p> 	<p>Ibu Winda, seorang ibu rumah tangga berpengalaman dalam memesan <i>catering</i> anak untuk acara-acara anak, menghadapi beberapa masalah dalam pengalamannya. Pengalaman pertamanya dengan sebuah <i>catering</i> yang ditemukan melalui internet mengecewakannya karena makanan yang datang tidak sesuai dengan foto di katalog, meskipun harganya mahal. Terpaksa menerima makanan tersebut karena sudah dibayar, Ibu Winda memutuskan tidak memesan lagi dari <i>catering</i> tersebut. Meskipun kemudian meminta rekomendasi dari teman, ia masih sulit menemukan <i>catering</i> anak berkualitas dan sering menghadapi masalah keterlambatan pengiriman tanpa informasi waktu yang jelas. Pengalaman ini membuatnya khawatir akan kualitas tampilan makanan yang tidak sesuai, sehingga ia sangat mengharapkan <i>catering</i> yang jujur, dengan testimoni</p>

	<p>pelanggan, informasi detail menu, dan perkiraan waktu pengiriman yang akurat untuk memberikan ketenangan dan kepastian.</p>
<p>Ibu Anri</p> 	<p>Ibu Anri, pemilik Kuegulaku Kids Catering yang berada di Buah Batu, Kab. Bandung, menyediakan menu utama dan <i>snack</i> untuk anak usia 1-12 tahun dengan harga Rp 10.000 – Rp 15.000 per porsi. Menu yang disajikan memenuhi standar gizi "4 sehat 5 sempurna" dan dibuat dari bahan-bahan alami, dan pelanggan harus memesan minimal tujuh paket dengan opsi kustomisasi. Meskipun telah melakukan promosi melalui WhatsApp dan Instagram, Ibu Anri menghadapi kesulitan dalam mengenalkan produk dan mendapatkan kepercayaan pelanggan, serta memperluas jangkauan pasarnya. Pengiriman dilakukan melalui jasa kurir, dan Ibu Anri berharap adanya media yang dapat memudahkannya mendapatkan lebih banyak pelanggan dan mempermudah proses transaksi.</p>
<p>Melliana Eka Cahyani</p> 	<p>Melliana pernah meneliti berbagai <i>catering</i> selain tempat dia bekerja, mulai dari <i>catering</i> dewasa sampai anak-anak. Dari beberapa kasus yang pernah dia tangani, ternyata ada beberapa yang juga memiliki kondisi <i>catering</i> yang kurang memenuhi standar gizi seimbang di Kementerian Kesehatan. Dia meneliti dan menemukan bahwa <i>catering</i> yang bekerja sama dengan suatu sekolah memberikan makanan ke muridnya dengan porsi makanan yang jauh dari kata seimbang. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya edukasi terhadap masalah gizi anak sekolah. Mereka berpikir yang penting anak kenyang dan senang saja. Selain itu faktor biaya juga mempengaruhi mereka ketika memilih <i>catering</i>. Berdasarkan kasus tersebut, Melliana memberi saran jika aplikasi pelayanan <i>catering</i> anak ingin mencari <i>catering</i> anak untuk bermitra, sebaiknya perhatikan kembali kualitas makanan dan dapur dari usaha tersebut. Selain itu sudah ada kualifikasi dari Kementerian Kesehatan menjadi nilai tambah untuk <i>catering</i> tersebut.</p>
<p>Adelia Rizma Reyhana Putri</p> 	<p>Dalam wawancara dengan Adelia Rizma Reyhana Putri menjelaskan bahwa <i>user interface</i> (UI) dan <i>user experience</i> (UX) adalah dua elemen krusial dalam desain aplikasi yang berbeda namun saling terkait. UX berfokus pada perancangan alur pengguna agar pengguna dapat dengan mudah mencapai tujuan mereka, sementara UI memprioritaskan tampilan visual untuk kenyamanan pengguna. UX <i>designer</i> bertugas memahami kebutuhan pengguna dan membuat <i>wireframe</i>, yang kemudian disempurnakan oleh UI <i>designer</i> dengan elemen visual. Metode seperti <i>design thinking</i> dan <i>user-centered design</i> membantu dalam proses ini, yang meliputi identifikasi masalah, ideasi, prototipe, dan</p>

	<i>usability testing</i> . Tantangan dalam desain UI/UX meliputi kesulitan memahami kebutuhan pengguna karena mereka sering kesulitan mengungkapkannya sehingga <i>metrics</i> digunakan untuk menganalisis fitur yang paling sering digunakan.
--	---

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024)

B. Kuesioner

Berdasarkan hasil kuesioner dari 100 responden yang membandingkan dua sudut pandang permasalahan terkait pemesanan *catering* dan penggunaan aplikasi pengiriman makanan, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil dalam konteks perancangan aplikasi.

Pertama, pentingnya Fitur Obrolan/Chat. Mayoritas responden cenderung menggunakan platform aplikasi yang menyediakan fitur obrolan/chat saat melakukan pemesanan *catering*.

Kedua, katalog menu merupakan hal penting bagi konsumen, karena mereka membutuhkan gambaran visual yang jelas dan menarik tentang makanan yang akan dipesan.

Ketiga, kekhawatiran terkait estimasi waktu Pesanan. Responden mengungkapkan kekhawatiran terkait keterangan waktu estimasi pesanan. Mereka membutuhkan pemberitahuan yang jelas terkait proses dan posisi pesanan.

Keempat, preferensi terhadap tampilan. Dari segi tampilan, mayoritas responden menyukai bentuk *icon* yang ilustratif, memiliki banyak warna dengan *tone* hangat yang menggugah selera makan, ukuran yang cukup besar, serta jenis huruf sans serif yang sederhana dan mudah terbaca.

Define

Tahapan *design thinking* yang selanjutnya setelah berempati kepada permasalahan yang ada di sekitar adalah *define*. Berdasarkan hasil proses *empathize*, hal-hal yang harus diperhatikan dalam perancangan aplikasi pelayanan *catering* anak:

Pertama, penting bagi perancangan

aplikasi *catering* anak untuk memperhatikan keseimbangan makronutrien dalam menu dan memberikan akses mudah bagi pengguna untuk mendapatkan informasi gizi dari setiap hidangan. Hal ini akan membantu memastikan bahwa menu yang disajikan memenuhi kebutuhan nutrisi anak-anak.

Kedua, perancangan aplikasi perlu mempertimbangkan penambahan fitur khusus *catering* anak yang memudahkan orang tua dalam memesan makanan untuk anak-anak mereka. Fitur-fitur seperti pencarian makanan berdasarkan preferensi, informasi lengkap tentang setiap hidangan, penyimpanan favorit, dan pemesanan yang praktis dapat meningkatkan pengalaman pengguna.

Ketiga, penting untuk mempertimbangkan segmentasi pasar yang sesuai agar aplikasi dapat menjangkau target pengguna dengan lebih efektif. Selain itu, kerja sama dengan mitra *catering* yang berkualitas dan memperhatikan umpan balik dari pengguna akan membantu dalam meningkatkan layanan.

Keempat, perancangan antarmuka pengguna (UI/UX) harus memperhatikan prinsip desain yang baik, termasuk keseimbangan dalam tata letak dan komposisi objek, penggunaan warna yang tepat, dan jenis huruf yang mudah terbaca. Penggunaan tipografi dengan jenis huruf *Sans-serif* yang sederhana dan mudah terbaca dapat meningkatkan kenyamanan pengguna.

Terakhir, fitur obrolan/chat dan katalog menu merupakan hal penting dalam aplikasi *catering* anak, karena membantu pengguna dalam mendapatkan informasi yang diperlukan dan membuat keputusan yang tepat saat memesan makanan untuk anak-anak mereka.

Ideate (Konsep Perancangan)

A. Big Idea

Berdasarkan hasil tahapan *empathize* dan *define*, didapatkan ide untuk membuat media yang mempermudah pencarian informasi *catering* anak di Bandung yang

informatif, interaktif, dan edukatif.

B. Konsep Kreatif

Di dalam aplikasi ini memuat informasi tentang kumpulan *catering* yang khusus menyediakan makanan anak dengan beberapa kategori, yaitu produk makanan sehat anak yang berstandar gizi seimbang, makanan anak yang menarik seperti bekal makanan yang bertema dan dapat dikostumisasi, produk makanan terlaris berdasarkan testimoni pelanggan, dan produk makanan berdasarkan rentang harga.

Sedangkan yang dimaksud interaktif, yakni baik pengguna aplikasi sebagai pelanggan maupun pihak mitra dapat melakukan interaksi berupa merekomendasikan produk makanan *catering* dan pihak *catering* juga dapat melakukan promosi melalui unggahan konten promosinya, serta dapat saling memberi komentar antar mitra dan pelanggan.

Selain itu, dalam hal edukatif pengguna aplikasi ini akan diberikan konten edukatif tentang kesehatan gizi anak bagi orang tua. Pada aplikasi ini didukung dengan fitur transaksi serta pelacakan pemesanan makanan.

Tampilan dari *user interface* aplikasi ini juga terdapat ilustrasi yang digerakan berupa *motion graphic* dengan tema yang ceria dan *friendly*. Ilustrasi ini berguna selain untuk memperindah tampilan aplikasi juga untuk memberikan keterangan tambahan mengenai suatu proses transaksi atau kegiatan lainnya dalam aplikasi.

C. Konsep Visual



Gambar 3. *Moodboard*
(sumber: Pinterest, Dribbble, dan Canva)

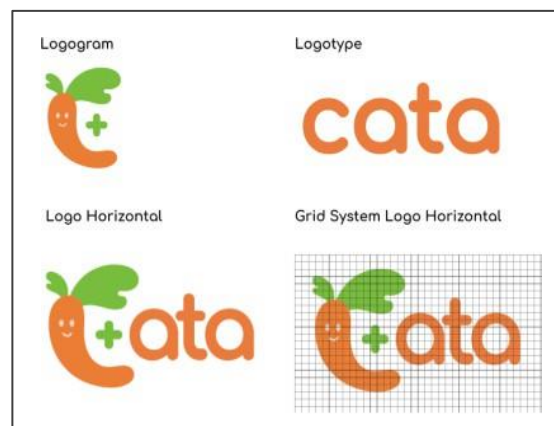
Berdasarkan konsep kreatif yang telah dibuat didapatkan berbagai referensi visual yang dikumpulkan dalam satu *moodboard*. Warna yang digunakan bernuansa oranye, putih, merah, kuning, dan hijau. Pendekatan ilustrasi baik foto maupun gambar grafis *iconic* yang ada pada aplikasi kurang-lebih seperti yang ada pada *moodboard*. Tipografi pada aplikasi dan logo menggunakan jenis huruf *Sans Serif*. *Layout* memakai *white space* tanpa terlalu banyak menggunakan garis pembatas/*outline* serta menggunakan bentuk *icon* dengan ukuran cukup besar agar pengguna mudah menyentuh tombol pada aplikasi.

Prototyping (Perancangan)

A. Penamaan Aplikasi

Aplikasi ini dinamai dengan singkatan CATA yang merupakan kepanjangan dari “Catering Anak”. Aplikasi ini dinamai CATA bertujuan untuk mempermudah penyebutan dan mudah diingat. Selain alasan tersebut nama CATA juga mewakili tujuan aplikasi ini yang dalam penggunaannya akan lebih praktis dan mudah.

B. Perancangan Logo



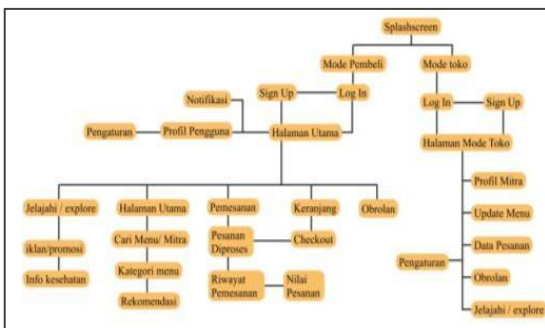
Gambar 5. Logo Aplikasi
(Sumber: dokumentasi penulis)

Berikut adalah hasil akhir dari logo yang telah dirancang. Terdiri dari empat elemen bentuk, di antaranya bentuk wortel,

huruf "C", wajah senang (tersenyum), dan lambang positif (plus). Dari empat elemen bentuk tersebut menghasilkan sebuah logo yang memiliki makna, di antaranya sebagai berikut: (1) Bentuk wortel yang melengkung mewakili bentuk huruf "C" dan wortel melambangkan makanan sehat, (2) Daun pada wortel mewakili huruf "A", (3) Wajah senang melambangkan keceriaan anak-anak, (4) Bentuk plus/ positif melambangkan kesehatan atau memberikan manfaat serta mewakili huruf "t".

C. Navigation Map

Navigation map adalah sebuah diagram yang menggambarkan urutan atau alur sebuah aplikasi dengan tujuan untuk lebih mudah mengetahui bagaimana pengguna menggerakkan aplikasi tersebut (Nurfitriyani, 2020).



Gambar 6. *Navigation Map* (Sumber: dokumentasi penulis)

Berikut adalah peta navigasi dari aplikasi CATA. Pada awal masuk, pengguna diperlihatkan *splashscreen* yang dalam beberapa detik halaman berganti menjadi tampilan mode aplikasi, di mana pengguna harus memilih antara mode pembeli atau mode toko. Setelah itu, akan diarahkan menuju halaman *login* dan *signup* apabila belum mendaftarkan akunnya di aplikasi. Setelah berhasil masuk aplikasi, makan akan diarahkan ke halaman beranda.

Setiap mode memiliki tampilan halaman yang berbeda. Untuk tampilan mode pembeli, pada halaman aplikasi tersedia pilihan tombol pada batang navigasi (*navigation bar*) berupa tombol yang

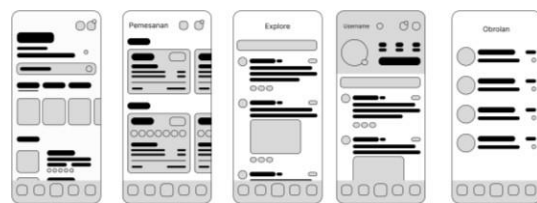
mengarahkan ke halaman utama, halaman *explore*, halaman transaksi, halaman keranjang, dan halaman obrolan.

Berbeda dengan mode pembeli, pada halaman utama terdapat pilihan tombol di batang navigasi yang menyesuaikan kebutuhan mitra *catering*. Di antaranya ada tombol untuk mengarahkan ke halaman profil pengguna sebagai mitra *catering*, halaman *update* menu makanan, halaman data pesanan, halaman obrolan, serta halaman *explore*.

Ada persamaan fitur antara mode pembeli dan mode toko, yaitu fitur obrolan dan eksplorasi. Pada fitur tersebut pembeli dan pemilik *catering* anak dapat melakukan hubungan timbal balik. Fitur obrolan memudahkan pembeli dan pemilik *catering* untuk bertukar pesan. Sedangkan fitur eksplorasi, pengguna sebagai pembeli dapat menyukai dan memberikan komentar informasi atau promosi yang diunggah oleh pihak toko/*catering* dan *developer* aplikasi tersebut. Selain itu, pihak yang mengunggah dapat memberikan balasan komentar.

D. Wireframe (Low Fidelity)

Low fidelity merupakan rancangan desain masih dalam bentuk *draft*, sketsa, atau *blueprint* yang juga dapat disebut sebagai *wireframe* (Santoso, 2022).

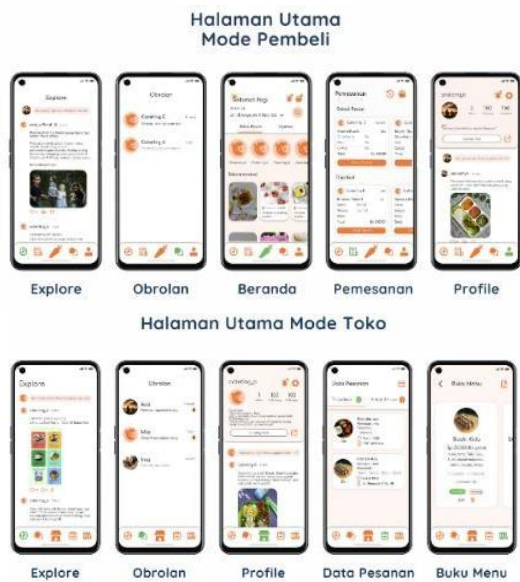


Gambar 7. *Wireframe* Aplikasi (Sumber: dokumentasi penulis)

Pada gambar 7 ini terdapat *wireframe* halaman-halaman utama dari aplikasi dengan mode pembeli. Halaman-halaman utama tersebut di antaranya *home screen*, pemesanan, *explore*, profil pengguna dan obrolan. Khusus pada halaman utama terdapat *navigation bar* atau batang navigasi yang memuat logo dari halaman-halaman utama tersebut.

E. *High Fidelity Prototype*

Prototype adalah representasi interaktif yang mensimulasikan interaksi dan fungsi pengguna (Yursal dan Sari, 2023). Selain itu, model dapat berisi elemen interaktif seperti tombol, *link*, dan animasi.



Gambar 8. *High Fidelity* Aplikasi (Sumber: dokumentasi penulis)

F. Perancangan Ilustrasi

Ilustrasi dengan gaya *flat design* diterapkan dalam *user interface* dengan tujuan untuk menggambarkan dan memperjelas informasi dalam proses interaksi pengguna pada aplikasi ini. Dengan fungsi yang di antaranya, yaitu sebagai tombol pada pemilihan mode (mode pembeli dan mode toko), ilustrasi pada proses pesanan, serta ilustrasi sebagai keterangan tambahan “keluar akun” dan “hapus akun”.

Gambar dengan jenis *flat design* ini dipilih karena memiliki ciri yang sederhana dan mudah dikenali oleh pengguna, sehingga dinilai sesuai untuk diterapkan dalam desain antarmuka. Terlebih secara teknis memungkinkan perenderan grafik 2D yang lebih efisien di perangkat GPU seluler, serta mengoptimalkan pengalaman pengeditan vektor secara langsung (Kumar dan Sud, 2021). Ilustrasi *flat design* secara teknis sangat kompatibel ketika proses

generate ke dalam *prototyping* aplikasi. Selain itu, *software* yang digunakan dalam merancang ilustrasi ini adalah Adobe Illustrator.



Gambar 9. Ilustrasi pada Aplikasi (Sumber: dokumentasi penulis)

G. Media Pendukung

Media pendukung yang berguna untuk meningkatkan *brand value* ini berupa media cetak, di antaranya ada *company/name card*, *name tag*, *business letter*, amplop, dan *lanyard*. Memiliki elemen grafis yang diambil dari bentuk logo, yaitu bentuk tambah (+) dan bentuk lengkungan. Warna dari elemen grafis tersebut juga diambil dari warna logo, yaitu oranye dan hijau muda beserta warna turunannya.



Gambar 10. *Mockup* Media Pendukung (Sumber: dokumentasi penulis)

H. *Usability Testing*

Usability Testing dilakukan secara langsung kepada tiga orang wanita sebagai ibu rumah tangga di daerah sekitar Bojongsoang, Kabupaten Bandung. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 5 – 6

Juni 2024 di area Masjid Syamsul 'Ulum dan Komplek Griya Bandung Asri. Berikut adalah hasil saran yang diberikan oleh para pengguna:

1. Tambahkan garansi apabila produk yang datang tidak sesuai atau produk tidak layak dikonsumsi.
2. Pada bagian ulasan tambah jumlah pemesan & menu terbanyak yang dipesan.
3. Jarak antar objek di bagian beranda lebih diperluas
4. Ditambahkan syarat ketentuan kerja sama dari pihak CATA kepada mitra agar mitra *catering* lebih memperhatikan komposisi dan kandungan gizi pada menu.

KESIMPULAN

Berdasarkan tahapan *design thinking* yang telah dilakukan, diperlukannya adanya suatu *platform* yang dapat mengurangi masalah kesulitan dalam mencari *catering* anak yang dapat dipercaya. Untuk menjawab permasalahan tersebut, berdasarkan asumsi dan hasil analisis data, maka perancangan *mobile apps* pelayanan *catering* anak ini diharapkan akan memberikan solusi dan peluang bisnis yang tepat. Hal tersebut akan terjadi jika penentuan tema atau konsep disesuaikan dengan kebutuhan target konsumen. Penyesuaian dalam hal gaya visual seperti, warna, jenis huruf, dan tata letak akan memengaruhi kenyamanan bagi pengguna. Penggunaan ilustrasi gambar ataupun foto juga akan dapat menjadi daya tarik aplikasi tersebut.

Kajian pustaka dan perolehan serta analisis data menghasilkan ide besar untuk membuat media yang mempermudah pencarian informasi *catering* anak di Bandung yang informatif, interaktif, dan edukatif. Konsep kreatif yang akan digunakan dalam perancangan aplikasi *mobile* ini adalah ceria dan *friendly* namun tetap informatif, dan edukatif dengan tampilan yang sederhana. Pemilihan warna yang digunakan yaitu warna-warna hangat, maka aplikasi ini akan didominasi dengan

warna oranye yang memiliki makna ceria. Ilustrasi yang digunakan berjenis *vector art* karena tidak rumit menyesuaikan dengan tema yang sederhana. Begitu pula penggunaan *tipografi* yang menggunakan jenis huruf sans serif karena mudah dibaca. Terakhir, tata letak yang disesuaikan dengan mengatur jarak, ukuran, dan komposisi antar objek visual yang ada di dalam aplikasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Maya dan Ibu Winda yang telah menyempatkan waktunya untuk dijadikan narasumber. Kemudian, Ibu Anri selaku pemilik *catering* anak Kuegulaku Kids Catering yang memberikan informasi seputar usahanya. Melliana Eka Cahyani dan Ibu Sri Nurwati, AMG.RD sebagai narasumber seorang ahli gizi. Adelia Rizma Reyhana Putri sebagai seorang praktisi UI/UX aplikasi *mobile*.

Kepada seluruh responden yang telah membantu meluangkan waktu dan bersedia untuk mengisi kuesioner serta kepada ibu rumah tangga yang telah meluangkan waktunya untuk melakukan *usability testing*.

KEPUSTAKAAN

- Agustianti, R., Pandriadi, Nussifera, L., Wahyudi, Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., Simarmata, N., Himawan, I. S., Pawan, E., Ikham, F., Andriani, A. D., Ratnadewi, & Hardika, I. R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (N. P. Gatriyani & N. Mayasari, Ed.; 1 ed.). CV. Tohar Media.
- Anggita. (2023, November 1). *Kemendag Ajak 10 UKM Mejeng di Pameran Kuliner SIAL Interfood Ke-24*. Detik Finance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7014577/kemendag-ajak-10-ukm-mejeng-di-pameran-kuliner-sial-interfood-ke-24>

- Ar Razi, A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan Metode *Design Thinking* pada Model Perancangan Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Tececer. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 03(02), 79–80.
<http://bit.do/demandia>
- Cahyani, Z., Nurcahyo, R., & Farizal. (2020). Popularity Analysis of Mobile Food Ordering Apps In Indonesia. *www.researchgate.net*.
https://www.researchgate.net/publication/341695189_Popularity_Analysis_of_Mobile_Food_Ordering_Apps_In_Indonesia
- Indriati, M. (2020). Perilaku makan dan Status Gizi Anak Usia Sekolah Dasar di SD Cikancung 04 Desa Mandalasari Kabupaten Bandung. *Jurnal Sehat Masada*, 14(1).
- Kumar, H., & Sud, A. (2021). *Rendering 2D Vector Graphics on Mobile GPU Devices*. The Eurographics Association.
- Kurniawan, I. (2021, Maret 3). *Pairwise Comparison Matrix*. Binus University School of Information Systems.
- Ningtyas, D. P., Ramdani, H., & Fera Risina, D. (2019). Pengemangan Usaha Katering “Real Food Khusus Balita Berbasis Online di Posdaya Mandiri Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31326/jmp-ikp.v2i01.261>
- Nurfitriyani, S. J. (2020, April 14). *Sitemap dan Navigation Map beserta Cara Pembuatan pada Axure 9*. BINUS Higher Education.
<https://sis.binus.ac.id/2020/04/14/sitemap-dan-navigation-map-beserta-cara-pembuatan-pada-axure-9/>
- Nurrokhma, D. S. (2021). Strategi Observasi Kritis Untuk Pembelajaran Menulis Teks Laporan Hasil Observasi. *jurnal.gerakanedukasi.com*, 1(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.56404/jels.v1i1.6>
- Rachmawati, T. (2017). Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif. *UNPAR Press*.
- Rohmah, A. (2023, Juli 4). *Peluang Pasar: Katering*. *ukmindonesia.id*.
<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-katering>
- Santoso, M. F. (2022). Implementasi Konsep dan Teknik UI/UX Dalam Rancang Bangun Layout Web dengan Figma. *Jurnal Infotech*, 4(2).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31294/infotech.v4i2.13944>
- Siregar, S. A., Hasun, F., & Dellarosawati, M. (2022). Perancangan Model Bisnis Aplikasi Klinik.Com Dengan Lean Canvas Design Of Klinik.Com Business Model Using Lean Canvas. *e-Proceeding of Engineering*, 9(3), 1474–1493.
- Soewardikoen, D. W. (2021). Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual. PT Kanisius.
- Yursal, M. D., & Sari, D. M. (2023). *User Interface Design Aplikasi Mobile Hola-Hola*. 2(2), 136–147.
<https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v2i2.1600>
- Zi, M. (2022). Sensory Design and Design Thinking for Design Educating. *International Journal of Higher Education Pedagogies*, 2(3), 1–13.

Halaman ini sengaja dikosongkan