

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Food and Beverage

Dalam dunia sekarang ini, industri jasa makanan dan minuman telah berkembang banyak. Hal ini telah menyebar di semua lapisan kehidupan mulai dari Hotel, restoran, kantin industri, kantin rumah sakit, kereta api, saluran udara, semua kini menjadi bagian dari industri jasa makanan & minuman. Fungsi dasar dari industri ini adalah untuk melayani makanan & minuman untuk orang, untuk memenuhi berbagai jenis kebutuhan mereka. Tujuan utama adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kebutuhan pelanggan yang mungkin akan berusaha untuk memuaskan adalah:

- a. Fisiologis: kebutuhan makanan khusus
- b. Ekonomi: kebutuhan untuk nilai terbaik untuk harga yang dibayarkan
- c. Sosial: suasana yang bersahabat, terus terang mengungkapkan perasaan
- d. Psikologis: kebutuhan untuk meningkatkan harga diri
- e. Kenyamanan: keinginan orang lain untuk melakukan pekerjaan

Kebutuhan ini memainkan berbagai peran besar untuk menentukan faktor, bertanggung jawab untuk menentukan berbagai jenis metode layanan di makanan & minuman industri jasa.

Menurut Soekresno dan Pendit (1998:4) menyebutkan bahwa food and beverage department adalah bagian dari hotel yang mengurus dan bertanggung jawab terhadap kebutuhan pelayanan makanan dan minuman serta kebutuhan lain yang terkait, dari para tamu yang tinggal maupun yang tidak tinggal di hotel tersebut dan dikelola secara komersial serta profesional. Food and beverage department merupakan departemen yang sangat mutlak diperlukan di hotel dalam penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman dalam 7 menjalankan tugasnya food and beverage department terbagi menjadi dua bagian yang saling bergantung satu sama lain dan harus saling bekerjasama. Adapun 2 (dua) bagian tersebut adalah: 1. Food and beverage bagian depan (front service) Yaitu bagian yang langsung berhubungan dengan

tamu, terdiri dari bar, restoran, banquet dan room service. 2. Food and beverage bagian belakang (back service) Yaitu bagian yang tidak langsung berhubungan dengan tamu karena harus melalui perantara pramusaji, terdiri dari kitchen, stewarding.

Tujuan departemen food and beverage menurut Soekresno dan Pendit (2017) adalah "Menjual makanan dan minuman sebanyak - banyaknya dengan harga yang sesuai, kemudian memberikan pelayanan sebaik - baiknya kepada tamu sehingga tamu merasa puas. Hal ini menyangkut mutu pelayanan mutu makanan dan minuman, sikap karyawan, dekorasi ruangan serta suasana sekitar, peralatan yang dipakai dan sanitasinya. Dan mendapatkan keuntungan sebesar - besarnya dan untuk kesinambungan usaha". Dalam salah satu studi mengenai kualitas pelayanan oleh Parasuraman (1988) yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dalam empat perusahaan) berusia 25 tahun ke atas, disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi kualitas pelayanan (Tjiptono, Chandra dan Adriana: 2008), sebagai berikut:

1. Berwujud (Tangible), terkait dengan penampilan dan sarana dan prasarana fisik yang diberikan oleh para pemberi jasa. Misalnya, gedung, perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), kebersihan dan kerapihan penampilan petugas/pegawai.
2. Keandalan (Reliability), terkait dengan pemberian pelayanan secara akurat dan terpercaya. Seperti ketepatan waktu, akurasi yang tinggi, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik.
3. Ketanggapan (Responsiveness), terkait kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada pelanggan, termasuk juga penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan dan Kepastian (Assurance), terkait dengan kompetensi, pengetahuan, dan kemampuan para pegawai yang menimbulkan rasa percaya dan aman pada diri konsumen. Termasuk didalamnya, antara lain

adalah komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence) dan sopan santun (courtesy).

5. Empati (Empathy), terkait perhatian tulus yang diberikan kepada para konsumen. Tiap perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.[3]

B. User Interface

User interface atau tampilan antarmuka merupakan suatu tampilan visual yang menjadikan jembatan bagi sistem dan pengguna untuk saling berinteraksi [4]. Dari interaksi tersebut pengguna dapat mengenali desain tampilan antarmuka dengan karakteristik tertentu. Dalam perancangan desain interface selalu memperhatikan kemudahan pengguna secara optimal sehingga mudah untuk dipahami [5].

C. User Experience

User experience atau pengalaman pengguna merupakan interaksi antara pengguna dengan produk tersebut. Pengalaman pengguna dalam penggunaan produk apakah mudah untuk digunakan, mudah dipahami dan sederhana, serta keefisienan interaksi dengan produk. Dalam hal ini pengguna merasakan kepuasan serta kesenangan yang didapatkan dari penggunaan suatu produk. User experience memiliki nilai yang sangat penting karena keterkaitannya dengan pengguna, jika dalam suatu produk memiliki nilai user experience yang baik maka pengguna merasakan kenyamanan dalam menggunakan produk tersebut [5]. Suatu produk dikatakan baik jika memiliki aspek yang baik secara psikologis dan juga perilaku saat digunakan oleh pengguna. Produk agar memiliki penilaian pengguna yang baik maka harus memiliki kesetaraan antara kebutuhan pengguna dan fitur yang ada sehingga saat digunakan oleh pengguna produk tersebut memiliki kemudahan dan kenyamanan [6].

D. Prototype

Prototype merupakan suatu draft dari desain produk yang dibuat agar diujikan kepada user atau responden guna user bisa merasakan menggunakan desain produk secara langsung. Prototyping merupakan bagian utama dan penting bagi user experience. Terdapat dua jenis yang digunakan untuk hipotesis:

1.Low-Fidelity

Low-Fidelity merupakan prototype dengan tingkat detail yang rendah. Prototype ini merupakan visualisasi pertama untuk mengkonsepkan suatu desain produk.

2.Medium-Fidelity

Medium-Fidelity merupakan prototype dengan tingkat detail yang cukup detail.

3.High-Fidelity

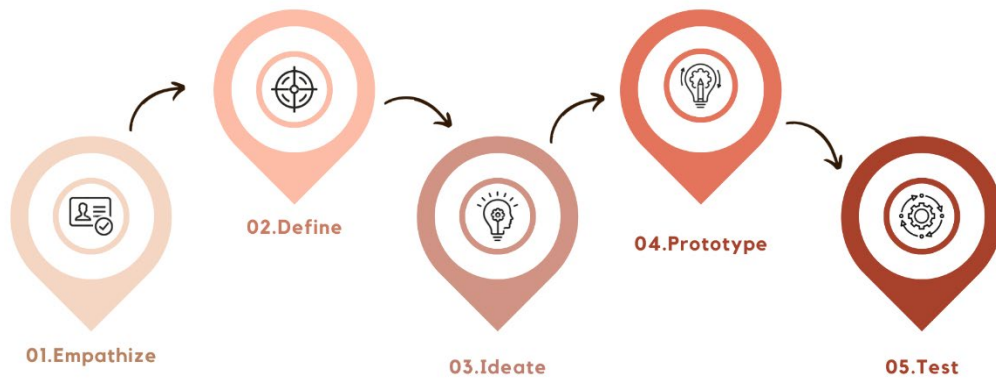
High-Fidelity merupakan hasil akhir yang fokus pada interaksi antar tampilan dan tampilan visual dari interface desain [7].

E. Aplikasi

Aplikasi (lebih dikenal sebagai aplikasi) adalah perangkat lunak yang menggabungkan beberapa fitur tertentu dengan cara yang dapat diakses oleh pengguna. Ada jutaan aplikasi di App Store dan toko aplikasi Android, yang menawarkan layanan aplikasi. Aplikasi sendiri adalah dasar dari ekonomi seluler. Sejak kedatangan iPhone pada 2007 dan App Store pada 2008, aplikasi telah menjadi cara utama pengguna memasuki revolusi ponsel cerdas atau smartphone [8].

F. Design Thinking

Design Thinking adalah suatu pendekatan yang menghasilkan solusi yang inovatif untuk masalah yang kompleks dan dengan memahami user. Metode Design Thinking terdapat lima tahapan diantaranya:



Gambar 3 Tahapan Metode Design Thinking

1. Empathize

Memahami perilaku pengguna, interaksi dengan produknya, dan interaksi dengan lingkungannya guna memahami apa yang dibutuhkan oleh pengguna. Selain itu, perlu juga memahami karakter, dan penting untuk mengetahui pengalaman user dan yang dirasakan oleh user.

2. Define

Mencari dan menentukan permasalahan spesifik user yang dibutuhkan berdasarkan dari sudut pandang pengguna.

3. Ideate

Mengumpulkan ide untuk menghasilkan solusi permasalahan yang efektif.

4. Prototype

Mengimplementasikan ide-ide yang sudah dikumpulkan ke dalam bentuk rancangan awal.

5. Test

Setelah melakukan perancangan awal, di tahap terakhir ini dilakukan pengujian dari hasil rancangan awal dengan mengumpulkan feedback dari user untuk bahan pertimbangan perbaikan solusi yang ada menjadi lebih baik. [9]

G. Figma

Figma adalah alat yang digunakan untuk perancangan desain suatu produk baik itu berupa low fidelity, high fidelity bahkan untuk membuat interaksi antar desain. Alat ini juga bisa digunakan untuk membuat alur atau tahapan pengguna serta menyediakan fitur lainnya untuk menunjang pembuatan perancangan suatu desain pada penelitian ini.