

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi *Augmented Reality* (AR) sudah dimanfaatkan di banyak bidang seperti industri game, pariwisata, media dan hiburan, pendidikan dan bisnis. Dalam bidang bisnis misalnya, *Augmented Reality* (AR) dapat menginformasikan berbagai jenis produk yang ditawarkan dan menyajikan impresi dunia virtual kedalam dunia nyata “secara realistis” sehingga pelanggan bisa berinteraksi dengan produk yang akan dipesan.[1]

*Virtual marketing* atau sering disebut e-marketing, tidak beda jauh dengan penjualan secara offline. Dimana usaha yang dilakukan pejual untuk membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pemesanan atau pembelian produk yang ditawarkan memanfaatkan media internet .[2] Dengan perkembangan teknologi dari tahun ke tahun semakin pesat ini menjadi peluang bagi pelaku usaha hadir sebagai seorang *creativepreneur* untuk melakukan pendekatan persuasif dan informatif serta membangun pengalaman pelanggan untuk meningkatkan *brand awarness* dan menciptakan *brand image* bagi pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi *Augmented Reality* sebagai sarana promosi dan pendekatan dari pelaku usaha dengan konsumen. *Augmented Reality* menjadikan alat multifungsi untuk membangun *brand awarness* dan menciptakan kesan konsumen yang baik, informatif dan menguntungkan bagi pelaku usaha.[3]

Kopi adalah minuman hasil ekstraksi seduhan biji kopi yang sudah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Dari semua jenis kopi yang ada dipasaran, hanya 2 jenis yang sering kita temui yaitu kopi arabika (*Coffea arabica*) dan kopi robusta (*Coffea robusta*). Tiap-tiap jenis kopi tersebut memiliki ciri khasnya sendiri terutama di rasa yang dihasilkan dan memiliki peminatnya sendiri.[4] Kopi juga memiliki teknik penyeduhan yang beragam, diantaranya yang sering diketahui penimminat kopi yaitu pour over (V60), vietnam drip, tubruk dan masih banyak lagi. Hanya saja setiap biji kopi berbeda resep penyeduhannya meskipun teknik yang digunakan sama. Hal tersebut mencakup aspek perbandingan air dengan kopi, waktu dalam penyeduhan, skala dalam gilingan, serta temperatur air yang di gunakan.

*Modja Kopi Roastery* adalah usaha yang bergerak dibidang jasa makanan dan minuman, usaha yang dijalankan seperti kedai kopi. Persaingan usaha kedai kopi seiring berjalanya waktu semakin ketat khususnya di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dilihat dari data yang ada lebih dari 1.200 kedai yang ada khususnya di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Ketatnya persaingan usaha kedai kopi tidak lepas dari peran dari perkembangan teknogi digital terutama dalam mempromosikan sekaligus menjalankan usaha.[5] Produk yang dihasilkan *Modja Kopi Roastery* tidak beda dari kedai kopi yang lainnya, hanya saja *Modja Kopi Roastery* memiliki produk biji kopi yang diperjualbelikan. Melihat persamaan dan ketatnya persaingan usaha kedai kopi, *Modja Kopi Roastery* ingin hadir sebagai *creativepreneur*, *creativepreneur* itu sendiri adalah seseorang yang memulai atau menjual bisnisnya menggunakan ide kreatif untuk melakukan

pendekatan persuasif dan informatif serta membangun pengalaman pelanggan untuk meningkatkan *brand awarness*, *brand awarness* yaitu kemampuan konsumen untuk langsung mengenali atau mengingat suatu merek hanya dengan melihat sesuatu, baik warna, logo, gambar, dan sebagainya, yang menggambarkan identitas suatu brand, selain itu memiliki tujuan untuk menciptakan *brand image*, *brand image* merupakan sebuah upaya pengelolaan suatu merek atau brand agar mendapat kesan mendalam dan positif bagi pelanggan, dengan membuat *virtual marketing* yang berbeda dengan usaha kedai kopi yang lainya. Mayoritas kedai kopi menggunakan Social Media Marketing, Influencer Marketing dan lainya sebagai sarana promosi maka dari itu Modja Kopi Roastery memanfaatkan Augmented Reality sebagai sarana promosi baru diusaha kedai kopi.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan yaitu bagaimana membuat aplikasi *Augmented Reality* berbasis Android untuk sarana media interaktif marketing dan menyampaikan informasi produk yang dimiliki *Modja Kopi Rastery*.

### 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Aplikasi ini dibuat dengan *software* Unity dan Vuforia.
2. Aplikasi ini hanya bisa berjalan pada *smartphone* android versi 4.1 atau diatasnya.
3. Objek 2D dibuat menggunakan *software* Adobe Photoshop

4. *Marker* dibuat dengan menggunakan *software* Adobe Photoshop dan diupload ke Vuforia kemudian dimasukan ke project Unity 2019 (64-bit).
5. Aplikasi ini dapat menampilkan bentuk 2D dari *marker* yang sudah dibuat.
6. Aplikasi ini berisi informasi mengenai produk biji kopi seperti penjelasan jenis biji kopi meliputi asal kopi, rasa kopi, cara penyeduhan kopi, beserta alamat kedai kopi dan foto kedai kopi tersebut.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengimplementasikan *Augmented Reality* untuk digunakan dalam *virtual marketing*.
2. Memanfaatkan *smartphone* android sebagai media *virtual marketing* berbasis *Augmented Realty*.
3. Membuat konsep *virtual marketing* produk kopi yang berbeda dengan kedai lain yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Memberikan pengalaman baru dalam media marketing kepada pengguna.
2. Pengguna mendapatkan informasi yang jelas dari produk yang ditawarkan.

3. Membantu owner untuk memberikan pengalaman baru dalam media marketing yang lebih interaktif, kreatif, informatif dan persuasif.

## **1.6 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data yang terdiri dari metode wawancara dan observasi, kemudian metode studi pustaka, perancangan dan testing. Yang dilakukan secara berurutan untuk mendapatkan data yang akurat dalam penelitian.

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.6.1.1 Metode Wawancara**

Metode wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data-data dan gambaran umum dari kondisi serta permasalahan yang ada. Narasumber dari wawancara ini adalah saudara Elka Lesmono selaku owner dari *Modja Kopi Roastery*.

#### **1.6.1.2 Metode Observasi**

Metode observasi dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan data-data yang akan digunakan dengan cara melihat secara langsung ke tempat objek penelitian yaitu *Modja Kopi Roastery*.

### **1.6.2 Metode Studi Pustaka**

Metode studi pustaka dengan membaca dan mempelajari buku-buku referensi atau sumber-sumber yang berkaitan dengan permasalahan ini, baik yang berasal dari buku, jurnal, internet dan beberapa referensi lainnya.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan menggunakan SDLC (*System Development Life Cycle*) keseluruhan proses dalam menyusun sistem melalui beberapa langkah kerja yang memiliki tujuan untuk menghasilkan sistem berkualitas.

### 1.6.4 Metode Testing

Metode Testing adalah cara untuk menguji perangkat lunak (*software*) dengan metode *black box*.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan. Berikut ringkasan mengenai isi masing-masing bab.

Sistematika penulisan dalam skripsi ini, disusun sebagai berikut:

1. Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan masalah, manfaat masalah, metode, serta sistematika penulisan.

2. Bab 2 Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori-teori yang menjadi dasar pembelajaran serta memiliki hubungan dalam hubungan aplikasi dan software yang digunakan.

### 3. Bab 3 Metode Penelitian

Bab ini berisi hipotesis penelitian, alur penelitian serta rancangan sistem dari permasalahan yang ada.

### 4. Bab 4 Hasil dan pembahasan

Bab ini berisi tentang bagaimana hasil dari produk yang dihasilkan itu diuji serta memaparkan hasil-hasil, langkah-langkah pembuatan produk dan pengujian produk.

### 5. Bab 5 Penutup

Bab ini membahas kesimpulan yang dapat dikutip oleh peneliti berdasarkan hasil dari permasalahan dalam perancangan produk yang sudah dibuat.