

PERAN WEBSITE RESTORAN TERHADAP DAYA TARIK KONSUMEN ONLINE

Budi Yulianto; Lusiana Citra Dewi; Oky Wijaya

Computer Science Department, School of Computer Science, Binus University
Jl. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
laboratory@binus.ac.id, lcdewi@binus.edu, oky_wiaya@yahoo.com

ABSTRACT

Less-usability restaurant website will decrease its online sales. Restaurant website must easy to use and has good interface. The goals of the research are designing a restaurant website that can be online accessed by consumers and analyze its level of usability, interface, and multimedia elements. Outputs of the research are a restaurant website that delivers its information, place booking and delivery order facility, and location. Development methodology uses waterfall that contains system engineering, analysis, design, coding and testing, implementation, and maintenance. Conclusion of the research has shown that the developed website attracts online consumers, easily access to get information, good interface, and contains multimedia elements to supports restaurant in delivering newest product or information, as a good promotion tool that can be accessed 24 hours anytime and anywhere.

Keywords: website, restaurant, multimedia, online consumers

ABSTRAK

*Website restoran yang sulit digunakan oleh konsumen akan menghambat penjualan online. Website restoran yang baik harus mudah dioperasikan dan menarik. Penelitian ini bertujuan untuk merancang suatu website restoran yang dapat diakses oleh konsumen secara online dan mengkaji tingkat kemudahan penggunaan, tampilan, dan elemen multimedia yang ada pada website. Hasil dari penelitian ini berupa website restoran yang menampilkan informasi, fasilitas pesan tempat dan pesan antar, serta lokasi restoran. Metodologi perancangan menggunakan waterfall yang meliputi tahapan system engineering, analisis, desain, pengkodean dan pengujian, implementasi, dan perbaikan. Simpulan yang didapat **dari** penelitian ini yaitu website menjadi daya tarik bagi konsumen online, mudah diakses oleh konsumen untuk mencari informasi, memiliki tampilan yang menarik, mengandung elemen multimedia sehingga memudahkan restoran dalam menginformasikan produk dan promo terbaru, sarana promosi yang sangat baik karena dapat diakses selama 24 jam dan tidak terbatas pada waktu dan tempat.*

Kata kunci: website, restoran, multimedia, konsumen online

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah mempengaruhi tingkat interaksi manusia dengan komputer, khususnya melalui *website*. *Website* menjadi salah satu perangkat yang sangat diperlukan oleh perusahaan di era teknologi saat ini. Melalui *website*, suatu perusahaan dapat menjangkau konsumen *online* secara lebih luas. Haque melakukan penelitian bahwa konsumen *online* sudah menjadi *trend* saat ini. Konsumen *online* akan menjadi salah satu konsumen yang potensial (Haque, 2005). Konsumen *online* cenderung menggunakan *website* untuk *me-review* berbagai hal seperti menu, harga, lokasi, dan kenyamanan ruang makan restoran (Choi, 2011).

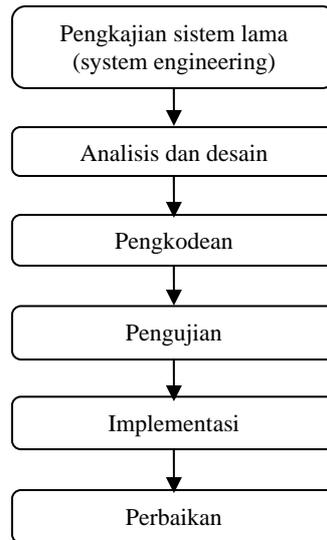
Untuk menjangkau konsumen *online*, perusahaan harus dibekali dengan *website* dengan tampilan yang baik dan menarik agar dapat memikat konsumen secara terus-menerus (Bedi, 2006). Selain faktor tampilan, Banati menambahkan faktor kemudahan penggunaan sebagai hal yang penting dalam pengembangan suatu *website* restoran (Banati, 2006). Penelitian sebelumnya menyimpulkan bahwa permasalahan yang sering muncul adalah *website* yang sulit dioperasikan, sedikit fitur, dan kurang menarik bagi konsumen sehingga akan menyebabkan kegagalan penjualan *online* bagi perusahaan (Teoh, 2009). *Website* yang menarik perlu dikombinasikan dengan elemen multimedia, di antaranya adalah teks, gambar, suara, video dan animasi agar informasi yang disajikan lebih mudah dicerna (Yulianto, 2011).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran *website* dalam menjadi daya tarik konsumen *online* baik dari segi fitur maupun tampilan yang disediakan, serta sarana promosi bagi restoran. Untuk itu, peneliti melakukan analisis dan perancangan *website* terhadap suatu restoran dengan fasilitas yang memudahkan pemasaran produk, memudahkan konsumen dalam melihat dan mencari makanan atau minuman yang tersedia, melakukan pesan tempat (*reservation*) dan pesan antar (*delivery*), dan berkomunikasi dengan *customer service* secara *online*. Penggunaan *website* dapat menyediakan keterbukaan informasi kepada konsumen, dan efisiensi operasional (Chen, 2011).

Penelitian ini bermanfaat bagi pihak restoran dalam mendapat masukan dari konsumen secara *online*, memudahkan pihak restoran dalam memberikan informasi promo (seperti diskon) kepada konsumen, dan harapan akan peningkatan jumlah konsumen. Peneliti mengambil studi kasus pada salah satu restoran di Jakarta, yaitu Restoran Clover Palace, yang beralamat di Jl. Taman Margasatwa Raya No. 16, Pasar Minggu, Jakarta Selatan.

METODE

Penelitian ini menerapkan metodologi *waterfall* dalam perancangan *website* restoran yang meliputi tahapan *system engineering*, analisis, desain, pengkodean dan pengujian, implementasi, dan perbaikan (Sommerville, 2011). Karakteristik *waterfall* berupa aktivitas yang mengalir dari satu fase (tahapan) ke fase lainnya secara berurutan, dan setiap fase dilalui terlebih dahulu hingga selesai untuk menuju fase berikutnya.



Gambar 1 Diagram Alir Metodologi Perancangan

Pada tahapan *system engineering*, penelitian melakukan proses penilaian sistem lama yang sedang berjalan dan studi kelayakan pengembangan sistem baru berdasarkan aspek teknologi, ekonomis dan sumber daya manusia. Pada tahapan analisis dan desain, penelitian lebih menggali kebutuhan pengguna sistem dari sisi pihak restoran dan konsumen, dan menerjemahkan kebutuhan tersebut ke dalam bentuk rancangan sistem dan tatap muka (tampilan) piranti lunak. Kebutuhan dapat diperoleh melalui studi literatur dan analisis kebutuhan pengguna. Studi literatur meliputi pengkajian buku, artikel, dan jurnal yang berkaitan dengan konsep pengembangan penelitian. Analisis kebutuhan pengguna melalui wawancara dan media kuesioner.

Selanjutnya memasuki tahap pengkodean dan pengujian (*code and testing*), hasil dari tahapan desain diimplementasikan menggunakan bahasa pemrograman yang dipahami oleh komputer untuk menghasilkan piranti lunak yang dapat bekerja. Tahap ini merupakan implementasi dari tahapan desain yang secara teknis akan dilakukan oleh *programmer*. Selama tahapan pengkodean akan dilakukan secara bersamaan dengan ujicoba untuk menguji kekurangan program maupun fungsi dari sistem.

Setelah semua fungsi piranti lunak diuji untuk meminimalkan kesalahan (*error*) dan memaksimalkan kesesuaian dengan kebutuhan yang sudah didefinisikan sebelumnya, maka tahapan selanjutnya adalah implementasi sistem baru untuk dijalankan. Tahapan terakhir adalah pemeliharaan sistem baru, termasuk di dalamnya adalah pengembangan. Ketika sistem baru dijalankan, terdapat kemungkinan terjadinya kesalahan minor yang tidak ditemukan sebelumnya, ataupun adanya penambahan fungsi baru. Pengembangan diperlukan ketika adanya perubahan yang terjadi seperti pergantian sistem operasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis terhadap data-data diperlukan untuk mendukung penelitian dengan menganalisis pengguna sistem (pihak Restoran Clover Palace dan masyarakat umum). Analisis pengguna sistem dari sisi pemilik dilakukan dengan wawancara sedangkan pada masyarakat umum melalui penyebaran kuesioner.

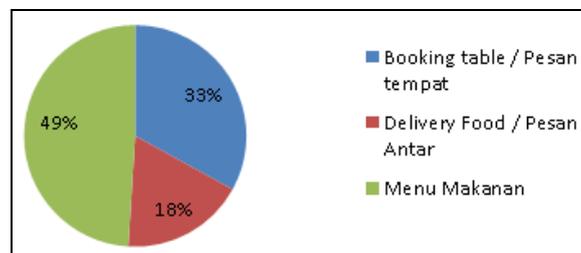
Wawancara Kebutuhan Pengguna (Pihak Restoran Clover Palace)

Hasil wawancara dengan *marketing manager* Restoran Clover Palace adalah bahwa sistem promosi yang berjalan masih menggunakan cara *non-digital* dengan cakupan area terbatas. Dalam pelaksanaan promosi, Restoran Clover Palace menyediakan informasi kepada konsumen/pelanggan melalui brosur, papan pengumuman, stiker dan tatap muka. Penyediaan promosi menggunakan brosur dinilai kurang efektif karena selain jumlah jangkauan yang terbatas, brosur akan terus mengalami perubahan (pencetakan ulang) apabila terdapat penambahan atau pengurangan produk. Papan pengumuman tersedia di *lift* Central Park Mall dan di depan area restoran Clover Palace dimana jangkauan tersebut hanya dapat dilihat oleh pengunjung yang melalui lokasi tersebut.

Restoran Clover Palace memerlukan sistem promosi yang efektif di mana sistem tersebut dapat mencakup pelanggan yang tidak dapat dijangkau oleh brosur, papan pengumuman, dan tatap muka. Restoran Clover Palace menginginkan jangkauan promosi kepada pelanggan hingga luar Jakarta melalui sistem informasi yang selama 24 jam *non-stop* dapat diakses dengan mudah oleh pelanggan. Sistem promosi yang terkomputerisasi diperlukan bagi Restoran Clover Palace berupa *website* yang informatif berbasis multimedia.

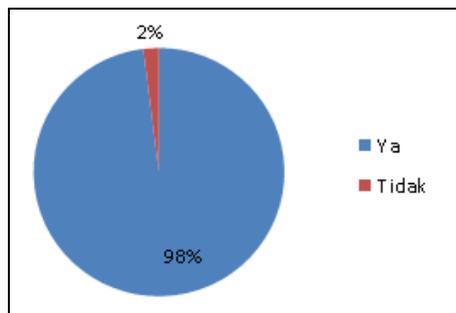
Kuesioner Kebutuhan Pengguna (Masyarakat Umum)

Penyebaran kuesioner kepada masyarakat umum diperlukan untuk mendapatkan informasi kebutuhan dari sisi konsumen. Hasil kuesioner tersebut kemudian dianalisis untuk menunjang pengembangan *website* yang diperlukan. Kuesioner berisi tujuh pertanyaan diberikan kepada 100 responden dengan hasil berikut.



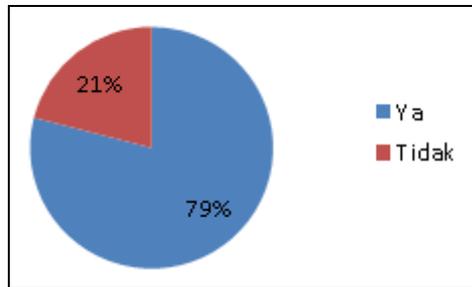
Gambar 2 Fitur yang Disukai

Fitur “Menu Makanan” merupakan fitur yang paling disukai dari sebuah *website* restoran. Selain itu, fitur “Pesan Tempat” juga menjadi pilihan dari responden terhadap *website* restoran. Fitur-fitur ini merupakan layanan standar yang perlu dimiliki pada sebuah *website* restoran.



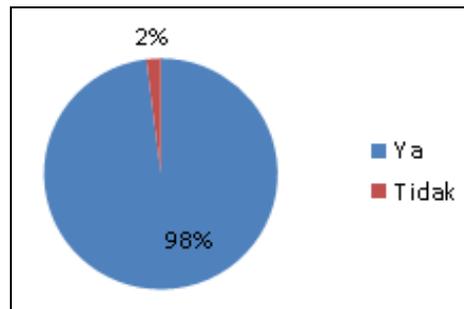
Gambar 3 Keperluan Fitur Peta

Mayoritas responden (98%) menginginkan adanya fitur “Peta” yang menampilkan posisi restoran pada *website*. Fitur ini tentunya dapat membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi lokasi restoran.



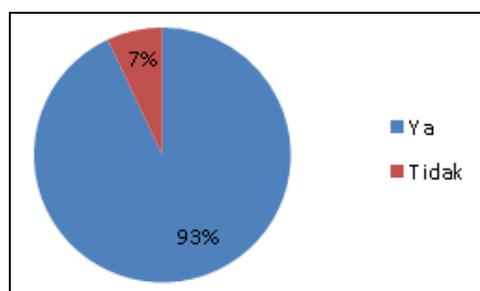
Gambar 4 Keperluan Fitur Komentar

Fitur “Komentar” dibutuhkan konsumen untuk memberikan inputan kepada pihak restoran. Inputan bisa mencakup makanan, harga, lokasi, layanan, dan lainnya. Fitur ini memberikan kemudahan bagi responden dalam memberikan inputan karena dapat dilakukan secara *online*, kapan pun, dan dimana pun.



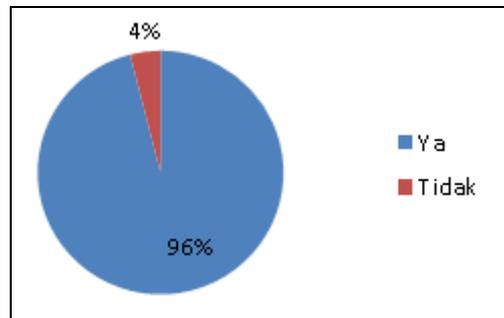
Gambar 5 Dukungan *Website* Pada Sistem Promosi

98% responden meyakini bahwa *website* dapat mendukung sistem promosi pada suatu restoran. Informasi yang disampaikan melalui *website* dapat diakses oleh masyarakat luas tanpa terbatas oleh waktu dan tempat.



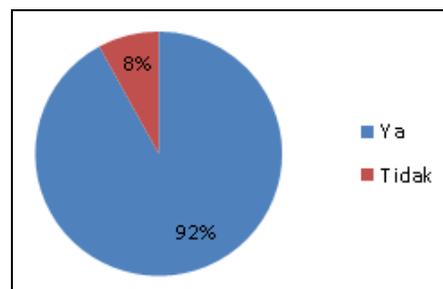
Gambar 6 Kebutuhan Fitur Pesan Meja

Fitur “Pesan Meja” atau *reservation* secara *online* diperlukan responden (93%). Dengan adanya fitur ini, konsumen dapat melakukan pemesanan (*booking*) tempat untuk suatu keperluan seperti pesta, acara, pertemuan, dan lainnya.



Gambar 7 Kebutuhan Fitur Pesan Antar

Fitur “Pesan Antar” atau *delivery* secara *online* diperlukan responden (96%). Dengan adanya fitur ini, konsumen dapat melakukan pemesanan (*booking*) makanan untuk diantar ke lokasi konsumen. Fitur ini diperlukan bilamana konsumen tidak menyempatkan diri berkunjung ke restoran atau ingin menikmati makanan di lokasi lain.

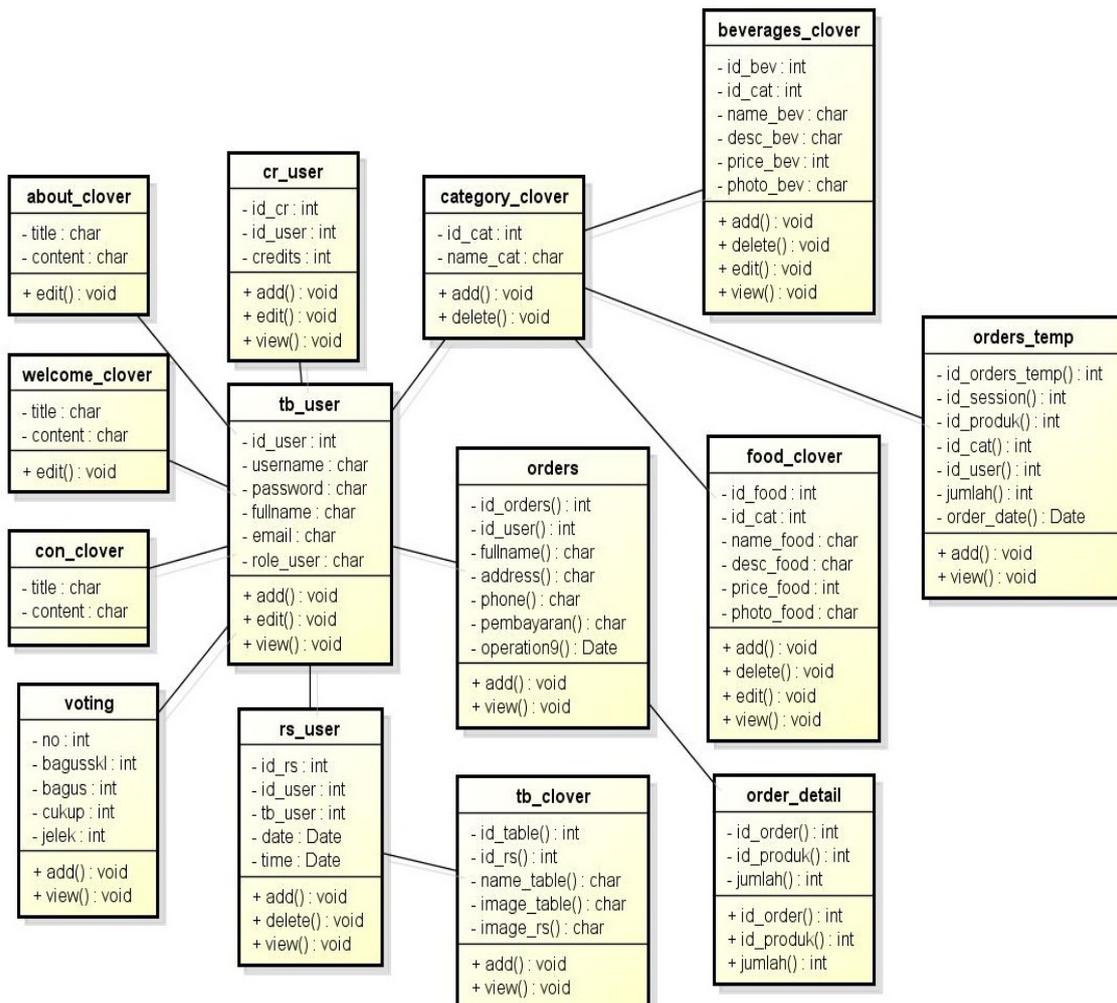


Gambar 8 Website Meningkatkan Ketertarikan Mengunjungi Restoran

Dari 100 responden, 92 responden menyatakan bahwa dengan adanya website, responden semakin tertarik untuk berkunjung. Hal ini tentunya harus diimbangi dengan daya tarik pada website seperti adanya kelengkapan informasi, promo, gambar yang menarik, komentar yang mendukung dari konsumen, harga yang terjangkau, dan lainnya.

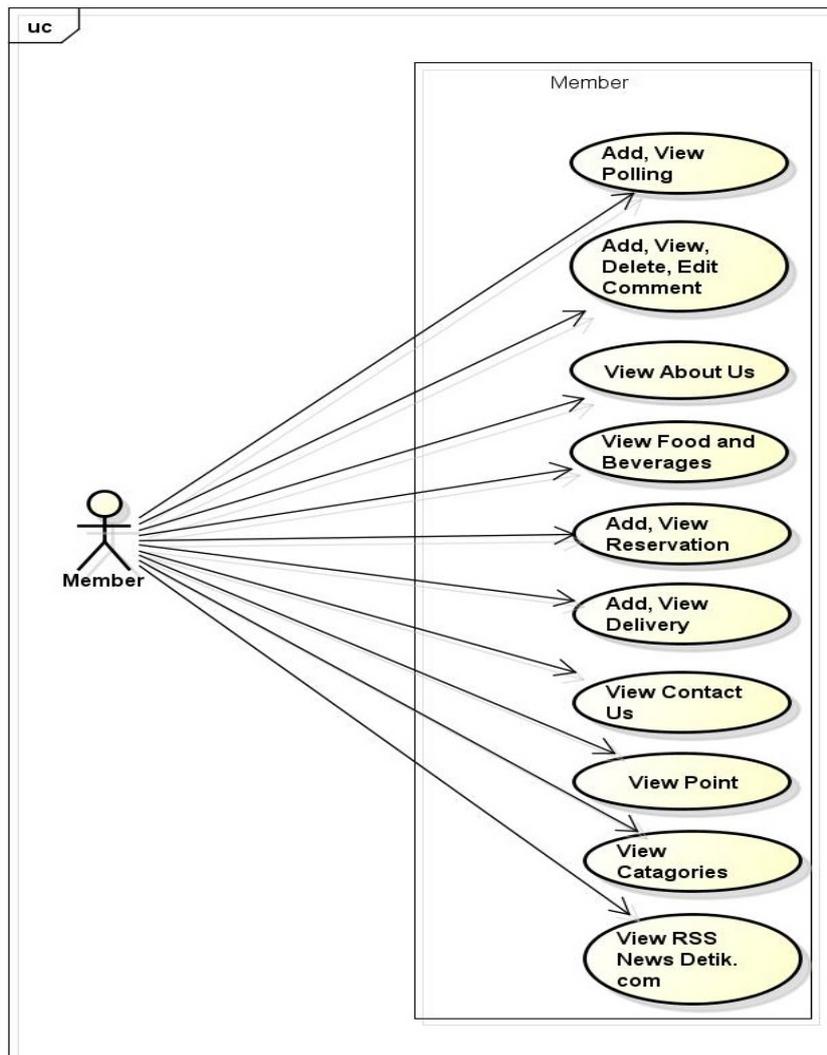
Perancangan UML

Perancangan sistem yang digunakan untuk merancang sistem pada *website* adalah perancangan UML yang meliputi *Class Diagram*, dan *Use Case Diagram*.



Gambar 9 Class Diagram

Class Diagram digunakan untuk menggambarkan struktur pemodelan dari sistem *website* Restoran Clover Palace yang dibangun. Setiap *class* mewakili setiap *entity* pada sistem dan terdiri dari properti serta perilaku dari *class* tersebut. Sebagai contoh, *Class tb_users* memiliki atribut *username* dan *password* yang merupakan nama dan kata sandi pengguna untuk masuk ke dalam *website*, atribut *id_user* yang menjadi identitas unik pengguna, dan perilaku *add* agar dapat menambah pengguna. *Class food_clover* memiliki atribut *name_food* yang berfungsi untuk menyimpan nama makanan pada restoran dan perilaku *add*, *delete*, *edit*, dan *view* untuk menambah, menghapus, mengganti, dan menampilkan makanan.

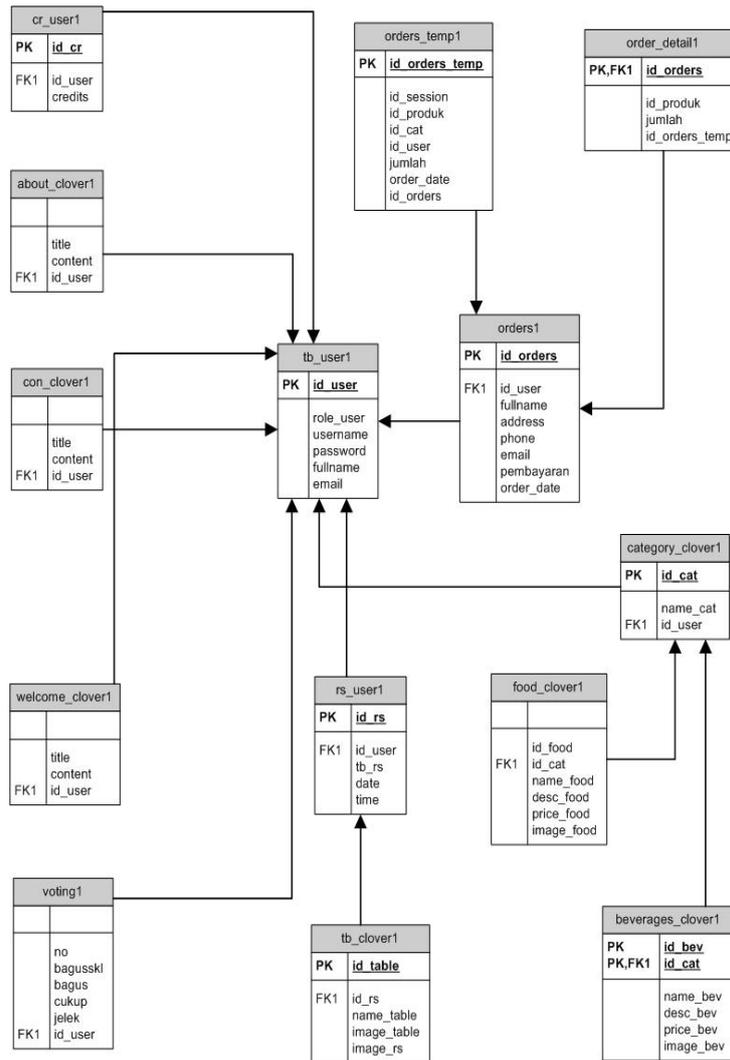


Gambar 10 Use Case Diagram

Use Case Diagram digunakan untuk menjabarkan tahap-tahap yang dilalui oleh aktor dalam melakukan setiap kegiatan yang berhubungan dengan sistem *website*. Pada *Use Case Diagram* di atas terdapat sebuah aktor, yaitu pengguna/*member*. Aktor *member* dapat menambah dan menampilkan *polling*, melakukan operasi terhadap komentar, melihat halaman pada *website*, melakukan pesan tempat dan pesan antar, dan melihat berita-berita dari sumber lain.

Perancangan Basis Data

Basis data digunakan untuk menyimpan data yang diperlukan pada sistem *website*. Terdapat 14 tabel digunakan pada sistem *website*, sebagai berikut:

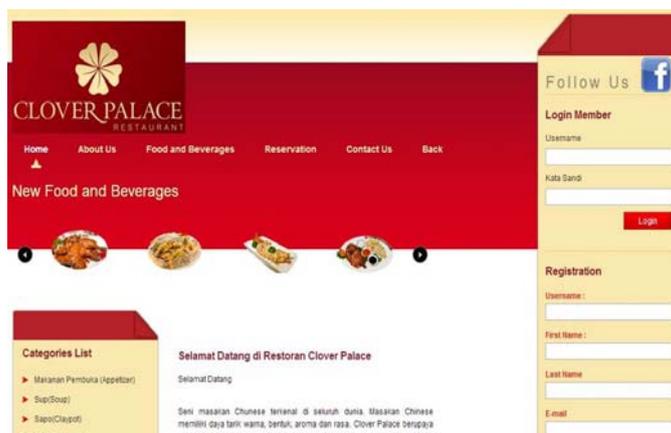


Gambar 11 Diagram Basis Data

Setiap tabel mewakili entitas data pada sistem. Sebagai contoh, tabel *tb_user1* digunakan untuk menyimpan data yang berkaitan dengan pengguna, tabel *food_clover1* digunakan untuk menyimpan data yang berkaitan dengan makanan, dan tabel *orders1* digunakan untuk menyimpan data yang berkaitan dengan pemesanan.

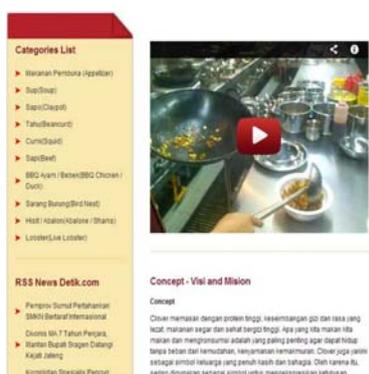
Pengembangan dan Implementasi Piranti Lunak

Aplikasi yang dikembangkan diharapkan dapat menjadi solusi dalam proses penyampaian informasi dan dapat menjadi media promosi yang efektif bagi restoran. Aplikasi web yang dibuat berbasis multimedia sehingga dalam pengoperasiannya membutuhkan perangkat lunak, perangkat keras, serta sumber daya manusia yang cukup agar dapat berjalan dengan baik. Manusia, dalam hal ini *admin* dan *member*, dibutuhkan untuk melakukan operasi penambahan, pengubahan, dan pengurangan data pada sistem. Pengunjung, sebagai pengguna aplikasi ini, mencari informasi yang dibutuhkan melalui *website*. Admin berfungsi juga untuk menjaga aplikasi agar dapat beroperasi sesuai dengan tujuan yang direncanakan.



Gambar 12 Tampilan Halaman Utama

Pada halaman utama ini, terdapat lima menu utama yang terdiri dari *About Us*, *Food and Beverages*, *Reservation*, *Delivery* dan *Contact Us*. Di layar ini juga terdapat tampilan logo restoran sebagai lambang dari *website* ini. Area *login* dan *register* digunakan bagi *member* yang terdaftar untuk menjelajahi lebih dalam isi *website* atau melakukan registrasi.



Gambar 13 Tampilan Halaman *About Us*



Gambar 14 Tampilan Halaman *Food and Beverages*



Gambar 15 Tampilan Halaman *Reservation*



Gambar 16 Tampilan Halaman *Delivery*

Evaluasi

Evaluasi terhadap *website* dilakukan pada faktor delapan aturan emas Interaksi Manusia dan Komputer (Shneiderman, 2010), lima elemen multimedia, wawancara dengan pihak restoran, dan kuesioner yang ditujukan pada pengguna.

Pengkajian terhadap delapan aturan emas mencakup (1) konsistensi penggunaan *icon* untuk navigasi, peletakan menu, penggunaan warna untuk menu, teks dan font, (2) penggunaan *shortcut* sehingga memungkinkan pengunjung menggunakan *keys* tertentu untuk mengakses suatu area, (3) ketersediaan respon atau umpan balik yang informatif ketika tombol pada *website* ditekan, (4) ketersediaan dialog sederhana yang menampilkan keadaan akhir suatu proses, (5) pesan kesalahan kepada pengunjung ketika terjadi kesalahan input, (6) ketersediaan tombol *back* agar pengunjung dapat kembali melihat menu sebelumnya, (7) pusat kendali internal berupa respon yang sesuai dengan aksi yang diinginkan pengunjung, dan (8) perancangan *website* dengan konsep sederhana agar pengunjung tidak perlu melakukan penghapalan yang terlalu banyak atas fitur-fitur yang tersedia.

Evaluasi lima elemen multimedia (Vaughan, 2011) mencakup (1) teks yang digunakan pada konten *website*, (2) gambar berupa logo restoran, makanan dan minuman, (3) animasi bergerak pada bagian bawah menu untuk menampilkan aliran gambar makanan, (4) komponen suara berupa lagu yang berada pada menu *contact us*, dan (5) video yang dapat dilihat oleh pengunjung pada menu *about us*.



Gambar 17 Elemen Teks



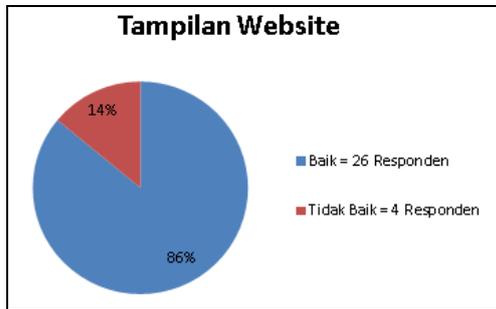
Gambar 18 Elemen Gambar dan Animasi



Gambar 19 Elemen Suara dan Video

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan hasil evaluasi terhadap sistem *website* yang telah dibuat dari sudut pandang pihak restoran, yaitu *Marketing Manager*. Kesimpulan wawancara yang diperoleh bahwa pihak restoran akan menggunakan *website* yang telah dirancang sebagai salah satu bagian promosi. Selama proses peralihan, pihak restoran akan tetap mempromosikan produk-produknya melalui brosur dan papan pengumuman. Melalui *website*, pihak restoran dapat melakukan sistem promosi yang lebih efektif dan mencakup pengunjung yang tidak terjangkau oleh brosur dan papan pengumuman (Jain, 2013).

Evaluasi terhadap *website* hasil penelitian juga dilakukan melalui kuesioner yang diberikan pada 30 responden. Hasil dari kuesioner evaluasi tersebut ditampilkan pada gambar-gambar berikut:



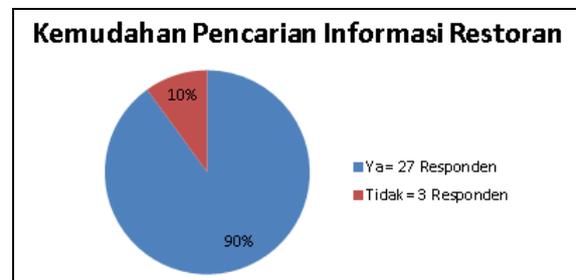
Gambar 20 Evaluasi Tampilan *Website*



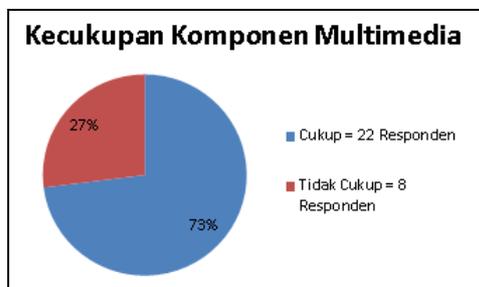
Gambar 21 Evaluasi Penggunaan *Website*



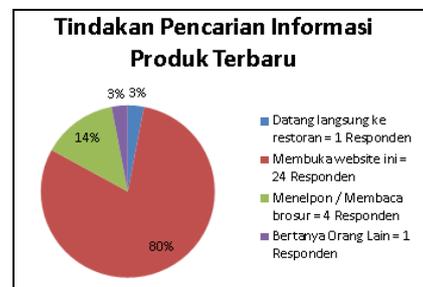
Gambar 22 Evaluasi Fasilitas *Website*



Gambar 23 Evaluasi Kemudahan Pencarian Informasi



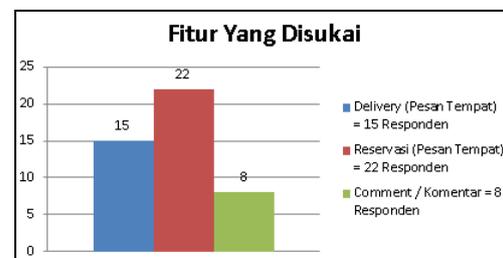
Gambar 24 Evaluasi Komponen Multimedia



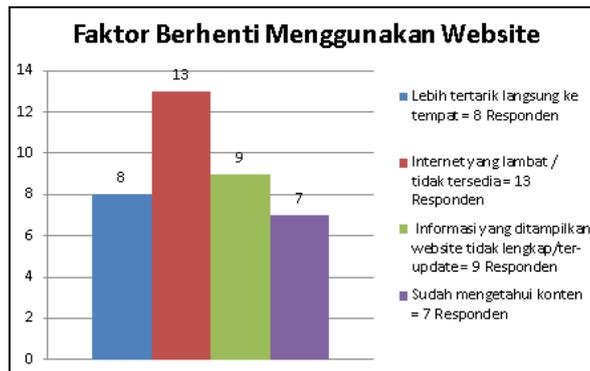
Gambar 25 Evaluasi Tindakan Pencarian Informasi Produk Terbaru



Gambar 26 Evaluasi Ketertarikan Penggunaan *Website*



Gambar 27 Evaluasi Fitur Yang Disukai



Gambar 28 Evaluasi Faktor Berhenti Menggunakan Website

SIMPULAN

Simpulan yang diperoleh dari penelitian ini yaitu bahwa *website* yang dibuat menjadi daya tarik bagi konsumen *online*, mudah diakses oleh konsumen untuk mencari informasi, mempunyai tampilan yang memenuhi kaidah interaksi manusia dan komputer, mengandung unsur multimedia, memudahkan pihak restoran dalam menginformasikan produk dan promo terbaru, sarana promosi yang sangat baik karena dapat diakses selama 24 jam dan tidak terbatas pada waktu dan tempat.

Saran untuk penelitian dan pengembangan lebih lanjut yaitu adanya perhitungan sumber daya manusia yang diperlukan dalam mengelola administrasi *back-end* dari sebuah sistem *website*, rumusan fitur standar yang diperlukan (seperti *online payment/transaction*) pada sebuah *website* restoran untuk meminimalisasi penambahan fitur baru karena fitur yang dibuat sudah terpenuhi untuk jangka panjang, tingkat keamanan jaringan dan *website*, dan animasi yang lebih interaktif dengan memperhitungkan kapasitas *bandwidth* internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Banati, H., Bedi, P., Grover, P. S. (2006). Evaluating Web Usability from the User's Perspective. *Journal Computer Science*, 2: 314-317.
- Bedi, P. and H. Banati. (2006). Assessing User Trust to Improve Web Usability. *Journal Computer Science*, 2: 283-287.
- Chen, H. (2011). Personality's Influence on the Relationship between Online Word-of-mouth and Consumers' Trust in Shopping Website. *Journal of Software*, 6(2): 265-272.
- Choi, J. W., Chihyung Ok. (2011). *The Effect of Online Restaurant Reviews on Diners' Visit Intention: A Comparative Analysis of Expert vs Peer Reviews*. Graduate Student Research Conference in Hospitality and Tourism. Diakses dari http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1241&context=gradconf_hospitality

- Haque, A., Khatibi, A. (2005). E-shopping: Current Practices and Future Opportunities towards Malaysian Customer Perspective. *Journal Social Science*, 1: 41-46.
- Jain, N., Ahuja, V., Medury, Y. (2013). Websites and Internet Marketing: Developing a Model for Measuring a Website's Contribution to the Brand. *IJOM*, 3(1): 14-30.
- Shneiderman, B., Plaisant, C. (2010). *Designing the User Interface*. (5th edition). Boston: Addison-Wesley.
- Sommerville, I. (2011). *Software Engineering*. (9th edition). Boston: Addison-Wesley.
- Teoh, K. K., Ong, T. S., Lim, P. W., Liong, R. P. Y., Yap. C. Y. (2009). Explorations on Web Usability. *American Journal Applied Science*, 6: 424-429.
- Vaughan, T. (2011). *Multimedia: Making It Work*. (8th edition). New York: McGraw-Hill.
- Yulianto, B. (2011). Aplikasi E-Notetaking Berbasiskan Multimedia Untuk Kegiatan Pencatatan. *ComTech*, 2(2): 1202-1214.