



Perancangan Sistem *Website* Untuk Pemesanan Makanan dan Minuman Menggunakan *QR Code* Demi Tercapainya Kepuasan Konsumen Pada Sekawan Kopi & *Space*

Triantya Wahyu Wirati¹, Tiara Suci Puspitasari², Muhammad Farouq Dhyaulhaq³

Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

triantyawahyu@ulbi.ac.id¹, puspitasaritara11@gmail.com², farouq.dyaulhaq@gmail.com³

ABSTRAK

Coffee shop atau kedai kopi merupakan tempat yang sedang diminati oleh banyak orang mulai dari kalangan remaja sampai dengan orang dewasa. Di daerah Antapani ada kedai kopi yang bernama Sekawan Kopi & *Space* merupakan sebuah usaha kedai kopi yang baru saja dibuka pada tahun 2023 dan masih menggunakan metode konvensional dalam menjalankan proses bisnisnya. Setelah beberapa bulan kedai kopi ini beroperasi, ditemukan beberapa kendala seperti, sistem pemesanan yang masih dilakukan secara manual, dan mengakibatkan kurangnya efisiensi pelayanan. Dimana masih sering terjadinya antrian, orderan yang menumpuk dan pemesanan yang menjadi lama, salah input pesanan dan lainnya. Oleh sebab itu, proyek ini bertujuan untuk merancang sebuah menu situs yang dapat membantu mengatasi masalah-masalah tersebut dan bisa meningkatkan kepuasan pelanggan dengan efisiensi layanan yang lebih cepat dan mudah. Metode yang digunakan dalam proyek ini meliputi studi literatur, observasi langsung, wawancara dengan pihak terkait, serta analisis mendalam terhadap proses bisnis yang sedang dijalankan. Hasil dari proyek ini berupa rancangan menu situs pada Sekawan Kopi & *Space* dengan menggunakan *Qr Code*.

Kata kunci: kedai kopi, kepuasan pelanggan, Sekawan Kopi & *Space*, situs, *Qr Code*.

ABSTRACT

*A coffee shop or coffee shop is one of the contemporary business places that is in great demand from young people to adults. In the Antapani area there is a coffee shop called Sekawan Kopi & Space which is a new coffee shop business that opened in 2023 and still uses conventional methods to carry out its business processes. After analyzing the current business processes, several obstacles were found, such as the ordering system which was still done manually, resulting in less efficient service. Where queues often occur, orders pile up and orders take a long time, incorrect order input and so on. Therefore, this project aims to design a site menu that can help overcome these problems and increase customer satisfaction with faster and easier service efficiency. The methods used in this project include literature study, direct observation, interviews with related parties, and in-depth analysis of the business processes being carried out. The result of this project is designing the Sekawan Kopi & Space website menu using *Qr Code*.*

Keywords: *coffee shop, customer satisfaction, Sekawan Kopi & Space, website, Qr Code.*

PENDAHULUAN

Dizaman sekarang budaya minum kopi kini sudah tidak lagi asing di kalangan masyarakat sehingga permintaannya meningkat. Hal ini mendorong munculnya berbagai *brand, cafe, dan coffee shop* di kota-kota besar di Indonesia. Misalnya, di Kota Bandung tercatat pada tahun 2022 sebanyak 15 juta orang mengunjungi berbagai *coffee shop* dan mengalami peningkatan menjadi 18 juta orang pada tahun 2023 (Januari - Desember) [1].

Permintaan pasar yang berbeda-beda juga menjadi alasan banyaknya *coffee shop* baru, meski produk utama yang ditawarkan sama yaitu kopi. Dengan meningkatnya jumlah *coffee shop* di Indonesia, pelaku

usaha dituntut untuk bisa mengakomodir setiap kebutuhan dari konsumen. Salah satu daerah yang memiliki perkembangan jumlah *coffee shop* yang cukup pesat adalah daerah Antapani, Bandung. Sekawan Kopi & *Space* adalah *coffee shop* yang berada di daerah Antapani yang telah berdiri sejak September 2023. Sekawan Kopi & *Space* ini memiliki lahan yang cukup luas sehingga mampu menampung sebanyak 100 orang lebih. Cocok juga digunakan untuk kegiatan seperti: *work from cafe*, ngerjain tugas, *meeting* dan lainnya. Adapun *event - event* besar yang sudah diadakan oleh Sekawan Kopi & *Space* berikut dengan tabel dibawah ini.

Tabel 1. *Event* yang pernah diadakan di Sekawan Kopi & *Space*

No	<i>Event</i> yang pernah diadakan	Total Pengunjung
1.	Turnamen <i>Games</i> MLBB (<i>offline</i>)	120 orang
2.	Nobar (nonton bareng) : timnas, persib	230 orang
3.	<i>Live Music & Dj, Karaoke</i>	80 orang
4.	Merajut, Meronce, <i>Nail Art, Tatto Temporary</i>	50 orang
5.	Bukber, <i>BBQ</i> dan lainnya.	100 orang

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Sekawan Kopi & *Space* sendiri, terdapat beberapa kendala yang masih sering dirasakan oleh pihak Sekawan Kopi & *Space* yaitu belum banyaknya penggunaan teknologi digitalisasi, karena masih menggunakan sistem manual dalam operasional pemesanan dan pembayarannya. Dan dimana Sekawan Kopi & *Space* tersebut seringkali menggelar beberapa *event*, kendala muncul ketika saat adanya *event-event* dalam keadaan ramai, para konsumen terpaksa harus menunggu bahkan mengantri untukhanya sekedar melihat dan memesan menu, ditambah dengan waktu pesanan yang semakin lama karena pemesanan yang *overload* atau menumpuk, dan sering adanya *miss* komunikasi antara pegawai dan konsumen yang menyebabkan kesalahan dalam pemesanan seperti: adanya pesanan yang *ter-input* dua kali(*double order*) dan adanya *input* salah pesanan, tak hanya itu terkadang masih terdapat konsumen yang tidak mengetahui menu mana yang telah habis stoknya.

Dalam Tjiptono (2019) menyebutkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana konsumen merasa apa yang diharapkan dan keinginannya sudah dipenuhi dengan sangat baik oleh penyedia jasa. Pada dasarnya tujuan sebuah perusahaan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya (Sugiyanto;Haryoko 2020) [2].Kepuasan konsumen juga merupakan hal yang perlu diutamakan bagi setiap pelaku usaha yang dimana para pelaku usaha perlu memahami dan memerhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu cara pemenuhannya juga harus lebih efektif dan efisien daripadapesaing artinya pelaku usaha harus cepat dalam menyelesaikan masalah-masalah yang akan terjadi. Kepuasan konsumen sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha. Kepuasan pelanggan merujuk pada evaluasi konsumen terhadap layanan yang diberikan. Jika kepuasan tinggi, kemungkinan konsumen kembali juga akan tinggi. Salah satu caranya yaitu dengan dibuatnya menu *website* pada Sekawan Kopi & *Space*, dengan menggunakan *Qr Code* yang akan langsung terkoneksi pada menu tampilan *website* tersebut. untuk memudahkan Sekawan Kopi & *Space* dalam menjalankan usaha yang dimilikinya.

Dengan adanya penggunaan *Qr Code* pada menu *website* Sekawan Kopi & *Space* ini bisa membantu dalam efisiensi pelayanan dan waktu pemesanan yang secara digitalisasi. Bisa dilakukan dengan cara meng-*scan barcode* yang terdapat pada tiap meja Sekawan Kopi & *Space* tersebut. Pelanggan tak perlu lagi untuk mengantri di kasir, karena pembayarannya pun sudah memanfaatkan teknologi digital dengan menggunakan *e-wallet*. Adapun menurut artikel (Rania, 2023) , solusi terbaik untuk efektivitas pemesanan makanan dan minuman adalah dengan menggunakan *Qr Code*.

Atas dasar permasalahan yang dipaparkan di atas, maka disusun laporan proyek dengan judul “Perancangan Sistem *Website* untuk Pemesanan Makanan dan Minuman dengan Menggunakan *Qr Code* Demi Tercapainya Kepuasan Konsumen pada Sekawan Kopi & *Space*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengurangi resiko kesalahan dalam layanan pemesanan, mempercepat proses pemesanan makanan dan minuman dan lainnya. Karena hanya diperlukan scan *Qr Code* pada tiap meja. Sistem *Website* yang akan di bangun ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi Sekawan Kopi & *Space* untuk

mempermudah para pelanggan dengan efisiensi pelayanan yang lebih baik dan bisa meningkatkan kepuasan pelanggan pada Sekawan Kopi & Space. Jadi jika para pelanggan ingin melihat/memesan menu agar tidak perlu lagi antri panjang secara manual di kasir, pembayaran pun kini bisa lebih mudah dengan menggunakan *e-wallet*.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, beberapa masalah yang diidentifikasi adalah:

1. Ketika Sekawan Kopi & Space dalam keadaan ramai, waktu pemesanan menjadi semakin lama sehingga mengakibatkan adanya antrian.
2. Seringkali terjadinya kesalahan dalam pemesanan, seperti: adanya *double order* atau salah *input* pesanan.
3. Adanya konsumen yang tidak mengetahui menu mana yang telah habis stoknya.

Tujuan

Tujuan dari analisis dan perancangan sistem *website* pada Sekawan Kopi & Space adalah:

1. Menjelaskan bahwa dengan adanya *Qr Code* yang langsung menampilkan menu pada *website*, yaitu untuk memudahkan para konsumen dan mengefisienkan waktu pesanan sebaik mungkin.
2. Menjelaskan bahwa dengan adanya *Qr Code* pada menu *website* juga, bisa menghindari adanya input salah pesanan karena akan langsung digunakan oleh konsumen dan sistem input yang sudah otomatis masuk ke dalam data admin atau kasir.
3. Menjelaskan bahwa dengan adanya *Qr Code* pada *website*, bisa menginformasikan menu dengan mudah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Website

Menurut (Elgamar, 2020:3), *website* adalah suatu media yang terdiri dari halaman-halaman yang saling berkaitan antara satu dengan lainnya dan memiliki fungsi sebagai media atau alat untuk menyampaikan suatu informasi, baik dalam bentuk gambar, video, teks, suara, ataupun gabungan dari semuanya. *Website* bersifat *multiplatform* dimana bisa digunakan dari berbagai perangkat atau *device* yang harus terhubung jaringan internet. Banyak perusahaan-perusahaan atau tempat usaha yang menggunakan *website* untuk menampilkan apa yang menjadi kelebihan dari bisnis itu sendiri yang dapat meningkatkan citra perusahaan, penjualan produk, maupun sebagai sistem yang menghubungkan dan dapat digunakan oleh pelanggan [3].

Menurut Yuhefizar (2021), ada beberapa jenis *website* yaitu : *Website* statis yaitu suatu *website* yang halamannya tidak akan berubah, artinya jika ingin mengubah suatu halaman hanya bisa dilakukan secara manual yaitu mengedit kode-kode struktur dari *website* itu sendiri. *Website* dinamis yaitu suatu *website* yang secara struktur diperuntukkan untuk dilakukan pembaharuan sesering mungkin. *Website* ini memiliki halaman *back-end* untuk mengedit kode-kode dari *website* itu sendiri, selain utamanya juga untuk diakses oleh para pengguna [4]

Pengertian Qr (Quick Response) Code

Kode Qr dalam ketentuan Bank Indonesia No.21/18/PADG/2019 adalah kode dua dimensi yang di dalamnya terdiri dari penanda tiga pola persegi pada sudut kiri bawah, sudut kiri atas, dan sudut kanan atas. Selain itu memiliki modul hitam berupa persegi titik atau piksel, serta memiliki kemampuan untuk menyimpan data alfanumerik, karakter dan simbol, yang dapat digunakan untuk memfasilitasi transaksi pembayaran nirsentuh melalui pemindaian [5].



(Gambar 1 Contoh *Qr Code*)

Salah satu teknologi yang saat ini sedang berkembang dan sering digunakan untuk mengakses informasi atau data adalah teknologi *Qr Code* atau *Quick Response Code*. Tujuan dari penggunaan teknologi *QR Code* ini adalah menyampaikan informasi secara cepat serta respon yang juga cepat (Azizah, Soleh, & Astuti, 2019). Dengan begitu teknologi ini dapat diimplementasikan ke dalam sebuah sistem informasi karena memiliki kecepatan dan keakuratan yang baik [6].

Menurut (Rania, 2023) ada beberapa keuntungan menu digital, dengan menggunakan *scan Qr Code Order*:

1. **Kemudahan Akses**

Dengan menggunakan menu digital berbasis *Qr Order*, pelanggan dapat dengan mudah mengakses menu hanya dengan memindai kode Qr yang ada di tiap meja. Tidak perlu lagi mencari-cari menu fisik atau menunggu pelayan datang.

2. **Hemat Waktu**

Menu digital memungkinkan pelanggan untuk langsung memesan makanan dan minumannya sendiri. Hal ini menghemat waktu baik bagi pelanggan maupun staf restoran.

3. **Mengurangi Kontak Fisik**

Di tengah pandemi, mengurangi kontak fisik menjadi sangat penting. Menu digital dengan *scan Qr Order* memungkinkan pelanggan untuk menghindari menyentuh menu fisik yang mungkin telah disentuh oleh banyak orang.

4. **Pembaruan Mudah**

dapat dengan mudah memperbarui menu digital sesuai dengan perubahan dalam daftar makanan atau minuman yang ditawarkan. Tidak perlu mencetak ulang menu fisik.

5. **Data Pelanggan**

Dengan menu digital, dapat mengumpulkan data pelanggan yang berharga. Ini membantu dalam memahami preferensi pelanggan dan menyesuaikan penawaran.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Tjiptono et al (2020), mengemukakan bahwa tingkat kepuasan konsumen atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbandingan antara apa yang diharapkan (ekspektasi) konsumen terhadap persepsi mengenai interaksi pelayanan yang sebenarnya. Menurut Kotler et al., (2021), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah melakukan perbandingan antara hasil produk yang dipikirkan terhadap hasil produk yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan dan harapan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang apa yang diinginkan atau diharapkan. Apabila sebuah produk memiliki nilai tambah (*value added*) akan membuat konsumen menjadi lebih puas dan besar kemungkinan untuk menjadi melakukan pembelian kembali. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas barang yang baik, pelayanan yang baik, aktivitas penjualan yang cepat, serta nilai-nilai dari perusahaan [7]. Tjiptono (2019) mengemukakan kepuasan konsumen merupakan keadaan dimana konsumen

merasa antara harapan dan keinginannya sudah sesuai dengan apa yang ia peroleh. Pada dasarnya tujuan dari semua perusahaan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya (Sugiyanto;Haryoko 2020). Dari beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana konsumen memiliki pengharapan akan suatu produk yang kemudian penyedia jasa mampu untuk memberikan nilai yang lebih dari pengharapan konsumen tersebut.

Menurut (Tjiptono, 2019), indikator dari kepuasan pelanggan adalah mutu produk yang baik, mutu layanan yang baik, harga yang sesuai dengan kualitas dan bersaing, waktu penyerahan produk, dan keamanan. Sedangkan menurut Indrasari (2019:2), indikator untuk mengukur kepuasan konsumen adalah :

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan dapat diukur berdasarkan kesesuaian atau ketidakesesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja perusahaan yang dirasakan.
2. Minat untuk berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur apabila konsumen ingin membeli atau menggunakan kembali jasa dari perusahaan.
3. Kesiediaan untuk merekomendasikan produk, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan konsumen akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Pengertian *Coffee Shop*

Menurut Marsum dalam Muawanah (2019) *coffee shop* (kedai kopi) merupakan suatu tempat atau ruangan yang dikelola secara sederhana atau dengan manajemen terstruktur yang memberikan pelayanan secara baik kepada tamunya berupa berbagai jenis hidangan serta pelengkap yang menunjang tempat tersebut. *Coffee shop* atau kedai kopi merupakan suatu tempat yang tidak hanya menyediakan berbagai jenis kopi, tetapi juga menyediakan berbagai jenis minuman dan makanan dengan jenis menu yang beragam serta tempat yang didesain dengan suasana yang santai dan nyaman. Menurut (Fakhrunisa, 2019) menyebutkan bahwa kedai kopi atau *coffee shop* merupakan sebuah lahan bisnis yang menjanjikan, tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyamandan dilengkapi dengan alunan musik, baik lewat speaker atau pun *live music*, desain interior khas, pelayanan yang ramah, dan beberapa tempat juga menyediakan koneksi internet nirkabel. Berdasarkan pengertian para ahli dan sumber yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa *coffee shop* atau kedai kopi merupakan salah satu tempat usaha kekinian yang banyak diminati dari mulai kalangan anak muda. Hingga orang dewasa sekalipun yang menyediakan bermacam-macam produk makanan dan minuman yang bervariasi dan tidak hanya berpaku dengan kopi saja. Namun disisi lain *coffee shop* atau kedai kopi juga sudah banyak yang mengedepankan pelayanan serta memberikan fasilitas yang terbaik, dan tempat bahkan suasana yang nyaman [9].

Banyak mahasiswa yang melakukan aktivitas belajarnya di kedai kopi seperti mengerjakan tugas, berkelompok, atau pun berdiskusi (Maulida & Irhandayaningsih, 2020). Tren kopi sempat tersingkir dengan tren minuman ala budaya barat, yaitu berbagai jenis *soft drink* dan juga bir, namun di tahun 1990-an tren kopi mulai kembali naik dan dinikmati. Hal tersebut ditandai dengan seiring dengan berjalannya waktu tidak sedikit kedai kopi mulai menjamur di berbagai daerah dan bahkan konsep kedai kopi yang juga mulai beradaptasi dengan perkembangan zaman yang mana tidak hanya menjual kopi tapi juga menjual suasana.

Analisis Pasar

Permasalahan yang dihadapi kami uraikan dengan pendekatan STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning):

Tabel 2 Analisis Pasar

<i>Segmenting</i>	<i>Targeting</i>	<i>Positioning</i>
a. Demografis: - Generasi Millennial - Gen Z b. Geografis: Seluruh pelanggan yang berada di wilayah Bandung. c. Psikografis: Dengan kalangan sosial menengah ke bawah.	<ul style="list-style-type: none"> • Gender: - Laki-laki: 80% - Perempuan: 20% • Usia: - Mahasiswa usia: 20-25 tahun - Pekerja usia: 25 - 30 tahun - Anak Sekolah - Komunitas - Penyuka <i>E-Sport</i> • Tinggal atau berkegiatan di daerah Antapani • Memiliki pendapatan menengah kebawah 	<i>Website</i> ini bertujuan untuk mendukung perkembangan teknologi, di mana pada zaman sekarang, digitalisasi telah diikuti oleh kaum milenial dan generasi z. Melalui berbagai media komunikasi, semua informasi dan kebutuhan dapat diakses dengan cepat. Dengan memanfaatkan teknologi <i>Qr Code</i> , akses ke berbagai menu pada <i>website</i> ini dapat dilakukan dengan lebih praktis melalui <i>Smartphone</i> pengunjung.

Analisis Kompetitor

Berikut terdapat 3 tempat kopi yang menjadi contoh untuk analisis kompetitor terhadap Sekawan Kopi & Space.

Tabel 3. Analisis Kompetitor

No	Kompetitor	Kelebihan	Kekurangan
1.	Kurasa Coffee	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Indoor Space</i> yang nyaman • Memiliki 2 lantai • Beragam varian menu makanan • Adanya fasilitas yang lebih lengkap seperti: kursi sandar, sofa, <i>ac</i> dll. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada <i>outdoor</i> • <i>Space</i> nya kecil, tidak bisa untuk acara besar • Parkiran kecil • Tidak memiliki menu pada <i>website</i> pribadi dan yang langsung terkoneksi dengan menggunakan <i>Qr Code</i>.
2.	Mangatta Coffee	<ul style="list-style-type: none"> • Tempatnya <i>Cozy</i> & bersih • Menyunya beberapa ada yang enak • Pelayanannya baik 	<ul style="list-style-type: none"> • Akses jalan jelek • Tidak adanya <i>smoking area</i> • Tidak ada lahan parkir • Tidak memiliki menu pada <i>website</i> pribadi dan yang langsung terkoneksi dengan menggunakan <i>Qr Code</i>.
3.	Djawil	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Indoor Space</i> yang nyaman • Memiliki 2 lantai (<i>private room</i>) • Adanya fasilitas lengkap, seperti: kursi sandar, sofa, dan adanya permainan konsol • Pelayanan yang cepat dan ramah 	<ul style="list-style-type: none"> • Parkiran kecil • <i>Space</i> yang tidak terlalu besar karna (<i>coffee shop</i> rumahan) • Menu tidak terlalu banyak • Tidak memiliki menu pada <i>website</i> pribadi dan yang langsung terkoneksi dengan menggunakan <i>Qr Code</i>.
4.	Sekawan Kopi & Space	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Area Space Outdoor</i> yang luas • Adanya menu <i>website</i> dan <i>Qr Code</i> dalam pemesanan • Adanya <i>wifi</i> • <i>Hidden gems</i>, area dekat kota • Parkiran yang luas • Pelayanan yang cepat dan ramah • Seringkali adanya acara <i>event</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak memiliki <i>indoor space</i> yang nyaman • Fasilitas masih seadanya • Area bar yang masih sempit

Maka kesimpulan yang dapat diambil dari adanya analisis kompetitor yaitu ketiga *coffee shop* tersebut sama-sama tidak memiliki *space* area yang luas sehingga tidak bisa menampung konsumen sebanyak Sekawan Kopi & Space dan belum memiliki menu pada *website* pribadi yang menggunakan *Qr Code* karna tidak pernah terjadi antrian yang menumpuk, dan masih ada yang menggunakan sistem pembayaranyang manual. Oleh karena itu, Sekawan Kopi & Space bisa lebih unggul dari segi luastempat dan juga akan memiliki sistem digitalisasi yang lebih modern yaitu adanya menu *website* pribadi dan penggunaan *Qr Code*.

Monetisasi

Monetisasi yaitu pendapatan yang diperoleh oleh Sekawan Kopi & Space dengan adanya *website* melalui:

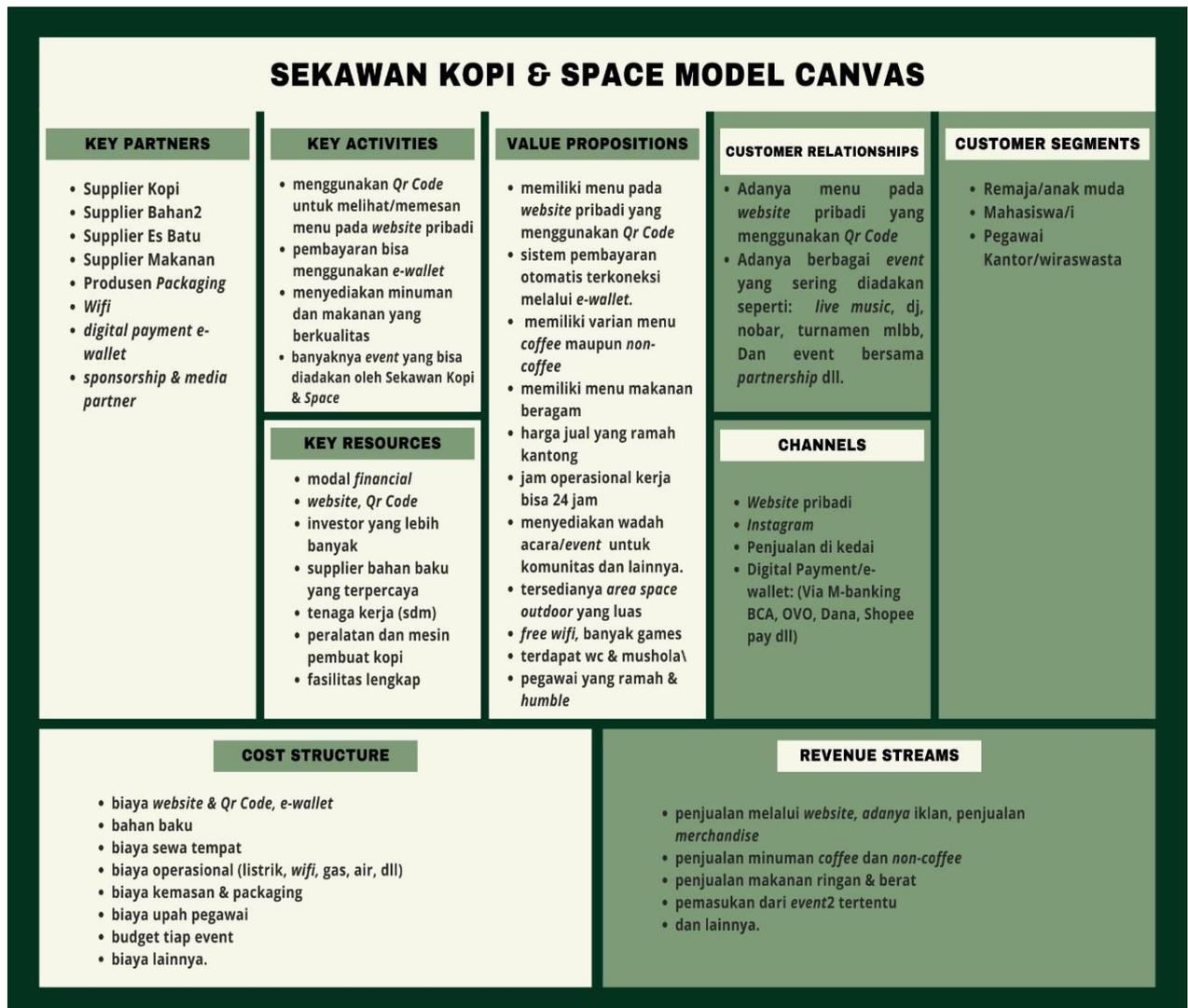
1. **Iklan:** *Website* ini dapat menampilkan iklan pada tampilan halaman website dan menghasilkan pendapatan dari iklan tersebut.
2. **Layanan Tambahan:** *Website* ini bisa berisi informasi mengenai berbagai *Event* atau lokakarya yang pernah diselenggarakan oleh Sekawan Kopi & Space untuk menarik pelanggan datang ke Sekawan Kopi dan meningkatkan keterlibatan dengan merek Sekawan Kopi & Space.
3. **Meningkatkan penjualan merchandise:** *Website* ini juga bisa berisi informasi mengenai beberapa item *merchandise* yang dimiliki oleh Sekawan Kopi & Space.

Traction

Berisi mengenai cara untuk menarik minat pelanggan pada *website*:

1. Dengan adanya menu pada *website* pribadi yang menggunakan *Qr Code*, dapat membuat pesanan menjadi lebih efisien dari segi waktu dan menghindarkan kesalahan dalam pencatatan.
2. Adanya Sistem pembayaran otomatis dengan menggunakan *e-wallet*.
3. Adanya *events* atau lokakarya yang pernah diadakan oleh Sekawan Kopi & Space.
4. Membuat pengalaman pengguna yang lebih baik, dengan menciptakan tampilan *website* yang menarik dan responsif. Akan meningkatkan *traffic* Sekawan Kopi & Space setiap waktu.

Model Bisnis



(Gambar 2. *Business Model Canvas (BMC)*)

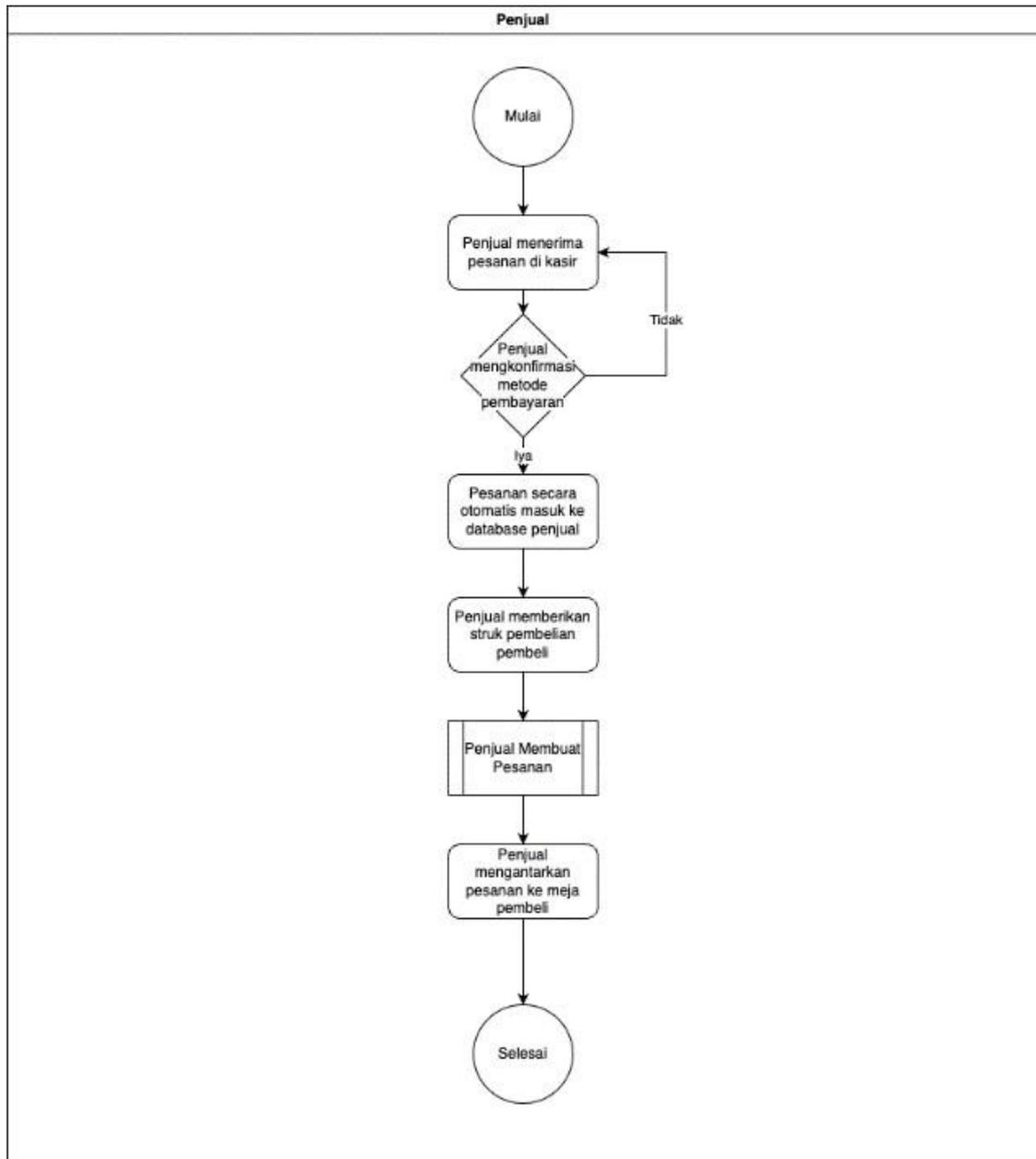
Business Development

Berisi tentang rencana *website* Sekawan kopi untuk 3 tahun kedepan:

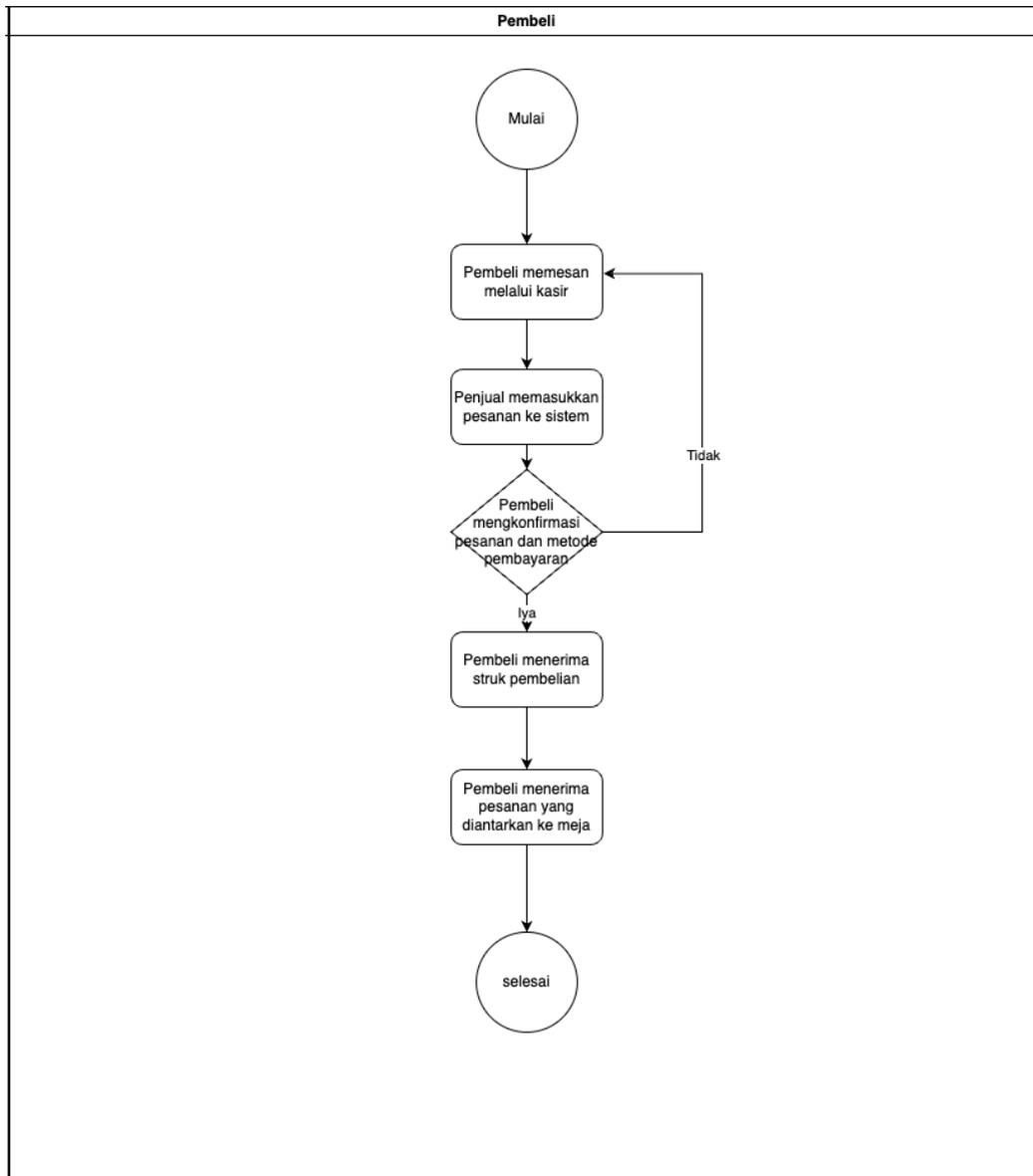
1. Menu pada *website* yang makin beragam.
2. *Website* yang berkembang menjadi lebih baik. Dengan tampilan *website* yang bisa mengikuti perkembangan *trend*.
3. *Maintenance website* yang sudah dibuat agar terus bisa berjalan lancar tanpa adanya hambatan seperti: *bug*, *error* dan lainnya.
4. Setelah penjualan melalui *website* meningkat pesat, Sekawan Kopi & Space bisa membuka cabang baru di beberapa kota dan provinsi.
5. Memperkuat *relationship* dengan sponsor atau *media partner* dan para investoryang sudah bekerjasama dengan Sekawan Kopi & Space.

Analisis Sistem yang Sedang Berjalan

Analisis sistem yang sedang berjalan adalah proses evaluasi mendalam terhadap sistem yang sudah ada pada Sekawan Kopi dan sedang beroperasi. Sekawan Kopi & *Space* saat ini mengoperasikan sebuah sistem yang berbasis manual dan Sebagian terkomputerisasi untuk manajemen operasionalnya.



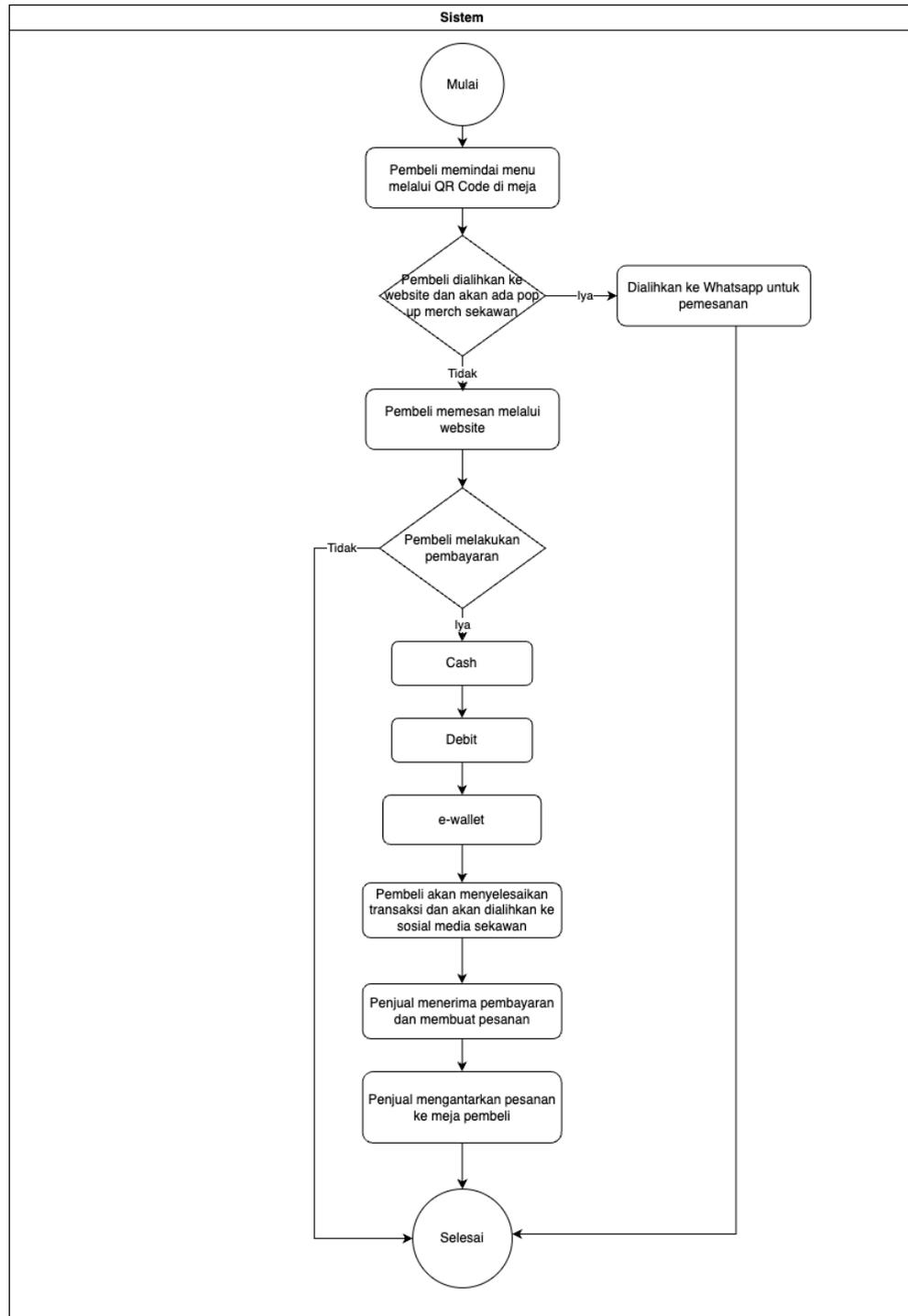
(Gambar 3. Analisis Sistem yang Sedang Berjalan)



Gambar 4. Analisis Sistem yang Sedang Berjalan

Analisis Sistem yang Akan Dibangun

Analisis sistem yang akan dibangun adalah proses untuk memahami kebutuhan dan persyaratan yang diperlukan untuk merancang dan mengembangkan sistem baru atau yaitu *website* pada *Sekawan Kopi & Space*.



Gambar 5. Analisis Sistem yang Akan Dibangun

Perancangan Digital / *Mockup*

Berisi mengenai proses merancang dan membangun produk digital *website* pada Sekawan Kopi & *Space*, dengan tujuan utamanya adalah menciptakan produk digital yang mudah digunakan, efektif, dan menarik bagi pengguna.

Tampilan *Qr Code* (Menu *Website*)



Gambar 6. Tampilan *Qr Code* (menu *website*)

Tampilan *Login*



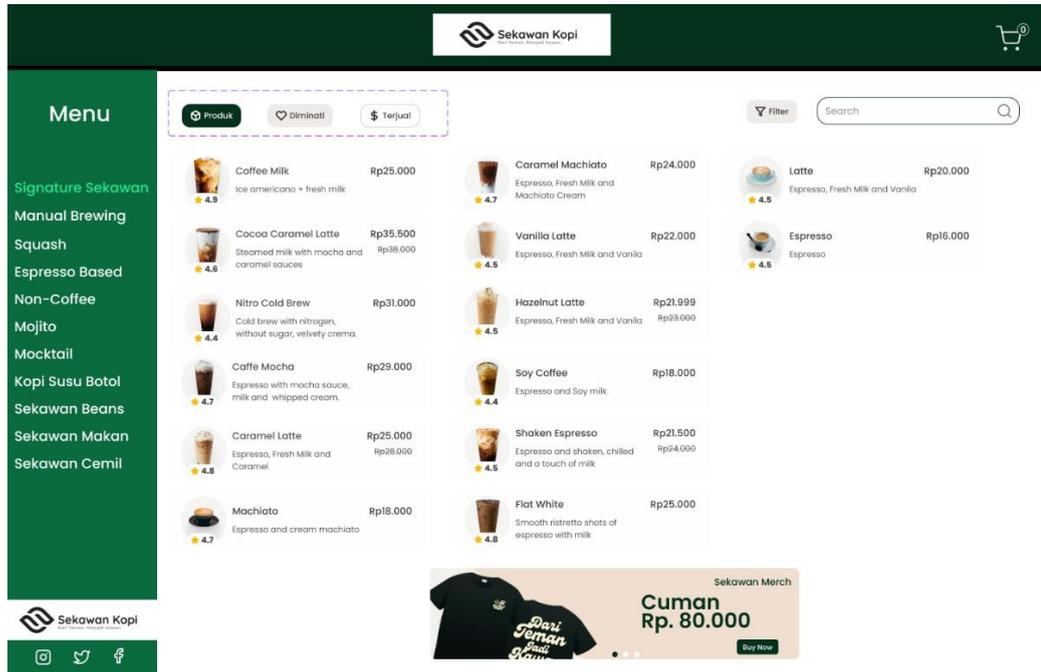
Name

No. Meja

Pesan!

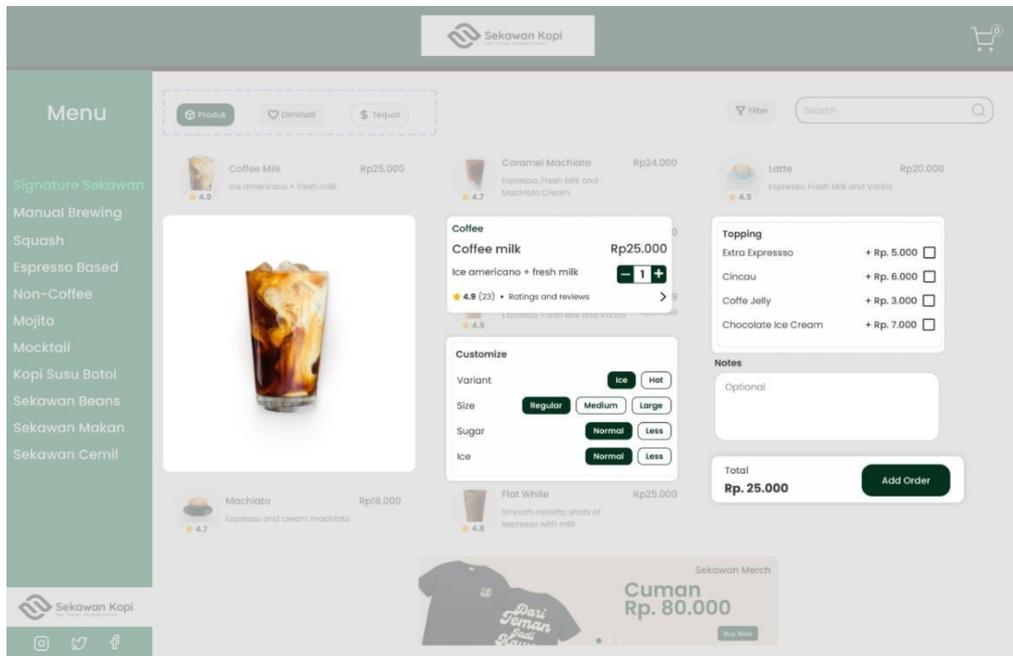
Gambar 7. Tampilan *Login*

Tampilan Menu



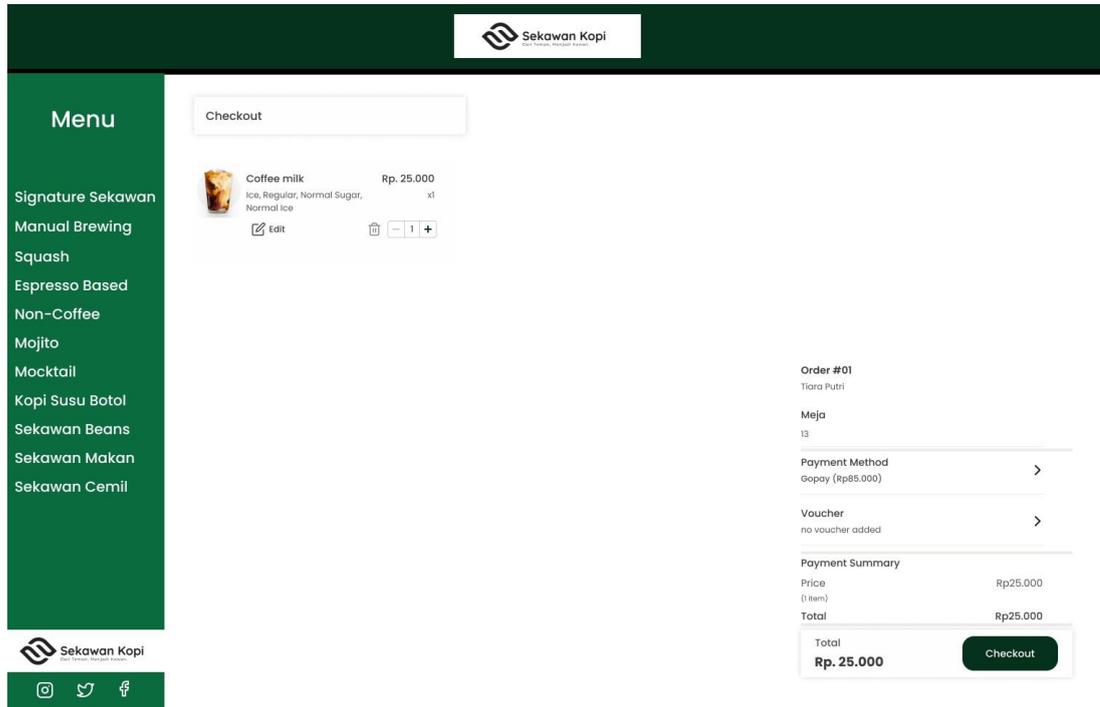
Gambar 8. Tampilan Menu

Tampilan Menu *Detail Product*



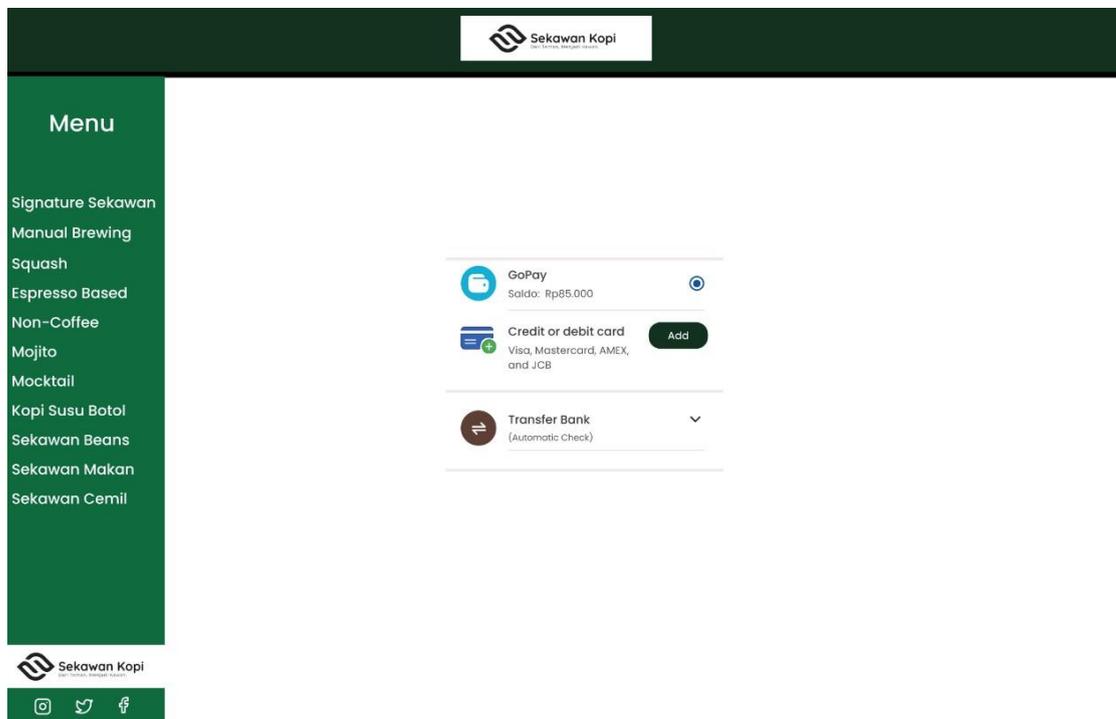
Gambar 9. Tampilan *Detail Product*

Tampilan Checkout

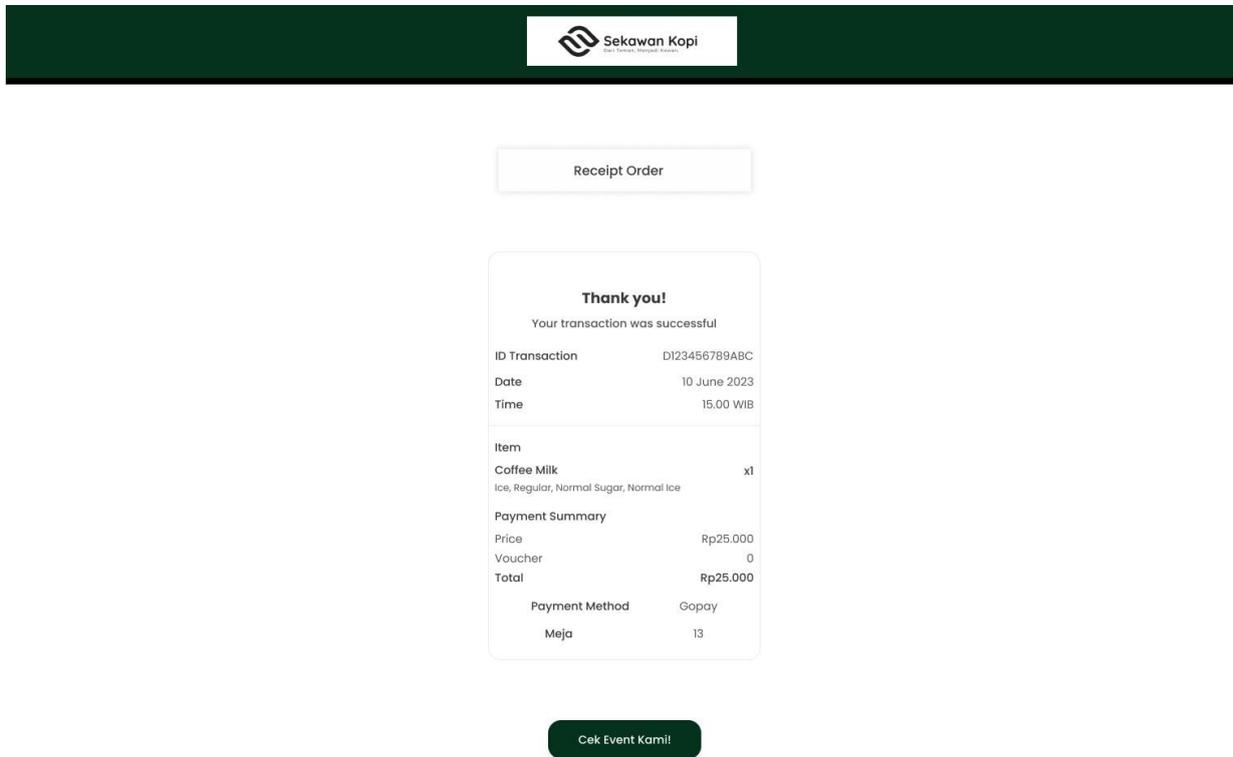


Gambar 10. Tampilan Checkout

Tampilan Payment Methode



Gambar 11. Tampilan Payment Methode

Tampilan *Invoice*Gambar 12. Tampilan *Invoice*

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Sekawan Kopi & *Space* merupakan UMKM yang berdiri pada tahun 2023 yang mempunyai kualitas premium untuk bersaing dengan kompetitor dalam dunia bisnis di bidang kopi. Tetapi, terdapat beberapa kendala yang masih sering dirasakan oleh pihak Sekawan Kopi & *Space* tersebut. Yaitu kurangnya efisiensi pada sistem pemesanan makanan dan minuman. Dimana ketika suasana tempat sedang ramai, seringkali terjadinya antrian pelanggan karena adanya keinginan untuk memesan menu, adapun masuknya orderan yang menumpuk membuat pesanan menjadi lama, ditambah dengan kendala lainnya.

Maka dari itu dibuatlah menu *website* Sekawan Kopi & *Space* dengan menggunakan *Qr Code*. Yang merupakan jalan pintas untuk menyelesaikan masalah – masalah tersebut. Dengan penggunaan *Qr Code* ini bisa membantu efisiensi pelayanan dan waktu pesanan menjadi lebih cepat dan mudah dilakukan secara interaktif melalui menu *website*. Dimana melalui *Qr Code* yang langsung terkoneksi pada menu *website* ini bisa meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap sistem pemesanan makanan dan minuman di Sekawan Kopi & *Space* karena pelayanan cepat dan terhindar dari kesalahan. Yang terakhir, dengan menggunakan *QR Code* konsumen mengetahui dengan pasti akan ketersediaan *stock* makanan yang masih bisa dipesan sehingga waktu pemesanan menjadi lebih cepat.

Saran

Dengan adanya rencana dari pembuatan sistem pemesanan melalui *Qr Code* yang didalamnya terdapat *website* yang diharapkan akan meningkatkan kepuasan konsumen, maka sebaiknya Sekawan Kopi & *Space* memiliki jaringan internet atau *Wifi* yang memadai sehingga proses pemesanan dan pembayaran dapat berjalan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- F. Khoerul Imam. (2024). Analisis Minat Beli Konsumen *Coffee Shop* Di Bandung. *Jurnal Eko-Bisma*. Vol 3:253-262.
- Oktiani, A., Rini, Y., Andriani, G. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Air Minum Giri Menang (PERSERODA). *Jurnal Ilmiah Hospitality*. Vol 12:19-26.
- Hartono, B., Danang. (2021). Sistem Pemesanan dan Pembayaran Menggunakan Teknologi *Quick Response Code (QR Code)* Berbasis *Web* pada Kedai Cangkir Gubug. *Jurnal Manajemen Informatika & Teknologi*. Vol 1:62-81.
- Alviano, M., Yunita, T., Suryanto. (2023). Perancangan Aplikasi Penjualan Berbasis *Web* Pada Perusahaan Dagang Dendis *Production* Menggunakan PHP dan MySQL. *Jurnal Informatika dan Komputer*. Vol 14:37-45.
- Saputri, O, B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan *Quick Response Code Indonesia Standard (Qris)* Sebagai Alat Pembayaran *Digital*. *Jurnal FEB*. Vol 2:237-247.
- Anggoro, D., Dolly, V., Sejati, W. (2021). Implementasi Sistem Informasi Berbasis QR Code Guna Mencegah Kerumunan dalam Antrian Wisuda. *Edumatic: Jurnal Pendidikan Informatika*. Vol 5:128-136.
- Maulidiah, E., Survival, Bambang, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economica*. Vol 2:728-737.
- Masili, V., Lumanauw, B., Tielung, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Jurnal Manajemen FEB Universitas SamRatulangi Manado*. Vol 10:22-55.
- Fauzan, A., Rusilanti, Guspri, D. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Kedai Kopi Gans Oemah Eyang. *Journal Of Comprehensive Science*. Vol 2:1332-13