

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Style atau gaya selalu menjadi tren yang tidak pernah mati dan selalu berkembang dari masa ke masa. Untuk mengikuti perkembangan zaman itu sendiri, orang cenderung akan mengikuti *style* atau gaya yang sedang tren pada masa itu. Gaya yang sedang tren bisa berupa gaya rambut, gaya berbusana, gaya hidup, gaya bertata rias atau bahkan gaya berbicara. Selain bisa karena tuntutan pekerjaan yang meminta orang untuk bisa berpenampilan menarik, setiap orang juga pasti akan memilih dan memiliki gayanya masing-masing. Gaya inilah yang kemudian akan melekat dan menjadi ciri khas seseorang. Fenomena ini ingin menggambarkan bahwa gaya telah menjadi suatu kebutuhan penampilan seseorang untuk bisa memiliki identitas. Bukan hanya sekedar ciri khas, gaya penampilan juga dapat merepresentasikan bagaimana sebenarnya kepribadian seseorang. Sebagai contoh, tatanan gaya rambut dapat mempengaruhi bentuk wajah orang serta citra yang dihasilkan. Suatu survei telah dilakukan dan didapatkan data bahwa partisipan cenderung mengindikasikan seseorang memiliki karakter yang lebih dominan, agresif dan kekuatan fisik yang kuat terlihat dari bentuk wajah yang lebih lebar (Hehman, dkk, 2013). Maka dari itu, orang cenderung akan membentuk karakternya sendiri lewat pilihan gaya rambut yang ia sukai.

Perhatian penting terhadap penampilan seperti gaya rambut pun sudah bukan lagi menjadi hal yang identik dengan kaum perempuan saja. Hal ini juga telah menjadi salah satu kebutuhan utama bagi kaum laki-laki. Karena itu, sekarang maupun waktu yang akan datang, tidak hanya perempuan, tetapi laki-laki pun membutuhkan salon atau *barbershop* yang mampu dipercaya akan kualitasnya dalam memberikan perawatan rambut. Salon dan *barbershop* menawarkan banyak pilihan perawatan dengan harga yang beragam pula. Perawatan inilah yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan calon pelanggannya. Tentu saja, calon pelanggan akan dilayani oleh tenaga profesional. Sayangnya, begitu banyak salon dan *barbershop* yang sudah tumbuh dan berkembang saat ini, ternyata belum diimbangi dengan informasi yang dimiliki calon pelanggan. Informasi yang masih minim membuat orang tidak tahu informasi salon atau *barbershop* yang ada di sekitarnya. Keterbatasan inilah yang membuat calon pelanggan menjadi bingung dan kesulitan dalam menentukan pilihannya.

Mengingat perkembangan teknologi yang sudah maju, mendorong orang yang merupakan calon pelanggan salon akan mencari informasi dengan *browsing* melalui internet seperti Google maupun berbagai media sosial. Namun, hal ini justru membuat mereka harus membuka berbagai aplikasi guna menemukan informasi yang lengkap dan akurat. Tetapi sayangnya, tindakan ini tidaklah efisien. Membuka banyak aplikasi juga membuat pencarian informasi menjadi lebih rumit serta melelahkan karena pengemasan informasi dalam jumlah besar yang kurang apik dan tersebar di berbagai sumber. Terdapat juga orang yang malas karena membuka berbagai aplikasi akan menghabiskan usaha dan waktu yang lebih banyak, dan boros baterai (Sari, 2015) .

Selain melalui mesin pencari Google dan media sosial, calon pelanggan juga suka mencari dan memilih salon secara spontan dengan jalan-jalan atau berkeliling. Cara seperti ini juga kurang efisien karena menghabiskan energi yang lebih besar dan tidak menjamin dapat menemukan salon lebih cepat. Hal ini akan terasa semakin merepotkan jika orang tersebut adalah pendatang baru di daerah tersebut dan tidak tahu arah jalan. Salon yang dipilih secara spontan pun belum tentu sesuai dengan uang yang dimiliki atau hasilnya sesuai dengan yang diinginkan. Terlebih lagi jika ternyata salon yang ditemukan ternyata memiliki antrian yang panjang atau bahkan sedang tutup. Calon pelanggan sudah terlanjur menghabiskan usaha namun tidak mendapatkan apa-apa.

Untuk menguatkan motivasi penelitian, peneliti telah melakukan survei terhadap 45 responden. 45 responden ini terdiri dari 35 responden calon pelanggan dan 10 responden pihak *outlet* salon atau *barbershop*. Calon pelanggan merupakan laki-laki maupun perempuan dari berbagai usia dan latar belakang profesi. Dari survei yang dilakukan, tercatat sebanyak 37,1% dari 35 responden memilih untuk pergi ke salon atau *barbershop* dalam jangka waktu minimal satu kali per bulan, 42,9% yang memilih satu kali per tiga bulan dan sisanya memilih lebih dari tiga bulan. Hal ini mengindikasikan bahwa baik laki-laki maupun perempuan, memiliki kebutuhan yang sama untuk melakukan perawatan ke salon atau *barbershop* secara berkala. Saat diminta untuk memilih dari sumber mana saja responden mendapatkan informasi, didapatkan pula data yaitu lima sumber yang dipilih paling banyak yaitu Google Web (68,6%), Google Map dan Waze sebagai petunjuk arah (65,%), Instagram (80%), rekomendasi keluarga/teman (34,3%), dan Facebook (20%). Data ini membuktikan suatu kecenderungan responden untuk mencari informasi dari berbagai sumber dan membuka lebih dari satu aplikasi. Hal ini juga didukung dengan adanya 88,6% responden merasa akan menjadi masalah jika salon atau *barbershop* yang

terlanjur didatangi ternyata jauh dari harapan. Itulah sebabnya, 94,3% responden memilih setuju dan mengatakan akan bermanfaat jika dibuatkan suatu aplikasi yang membantu dalam pencarian informasi salon atau *barbershop* yang lebih informatif dan lebih mudah.

Untuk survei terhadap pihak *outlet*, didapatkan data yaitu 70% menggunakan media cetak (brosur atau papan iklan), 10% menggunakan media elektronik (radio) dan 100% menggunakan media sosial atau aplikasi. Untuk penggunaan media sosial atau aplikasi sendiri, hasil survei membuktikan bahwa dari 10 *outlet* tercatat 10 *outlet* menggunakan Instagram dan Facebook, enam *outlet* menggunakan *website* atau *blog* milik sendiri, lima *outlet* menggunakan Twitter dan satu *outlet* menggunakan Line. Ditemukan pula data bahwa semua *outlet* tersebut masih menerapkan sistem *booking* secara manual di tempat, enam *outlet* yang bisa melalui telepon dan belum ada yang menggunakan sistem *booking* secara *online*. Oleh sebab itu, menurut para pihak *outlet*, akan sangat bermanfaat jika dibuatkan aplikasi yang dapat menjadi wadah bagi *outlet* untuk memberikan informasi yang informatif dan dapat memudahkan pencarian oleh calon pelanggan itu sendiri. Para pihak *outlet* juga mendukung apabila aplikasi tersebut dilengkapi dengan sistem *booking* secara *online*.

Dengan berlandaskan latar belakang yang sudah dijabarkan, maka aplikasi berbasis lokasi ini dibangun untuk memudahkan dan membantu calon pelanggan salon ataupun *barbershop* dalam mencari dan menemukan salon yang sesuai keinginan mereka. Di dalam penggunaan aplikasi ini, terdapat dua jenis pengguna, yaitu calon pelanggan dan pemilik atau pengelola *outlet* salon atau *barbershop*. Dengan memanfaatkan *user generated content*, pengguna juga bisa ikut berkontribusi menyediakan konten di dalam sistem dengan cara menjadi pemilik *outlet*. Pemilik *outlet* dapat mendaftarkan *outlet* miliknya sendiri yaitu salon atau *barbershop* dan dapat melakukan pengelolaan informasi secara mandiri. Pemilik *outlet* juga akan mendapat kemudahan dalam memantau perkembangan salonnya melalui laporan yang dirangkum oleh sistem aplikasi. Selain itu, aplikasi ini juga didukung oleh fitur *filtering* sehingga pengguna dapat melakukan pencarian yang lebih spesifik. Ditambah dengan adanya teknologi *Global Positioning System* (GPS) yang tertanam di *smartphone* dan penerapan *Location Based System* (LBS), aplikasi dapat mendeteksi posisi terbaru pengguna maupun menampilkan salon yang terdaftar berdasarkan jarak terdekat serta melakukan navigasi (Hanafi, 2017).

Dibandingkan dengan aplikasi yang sudah ada, aplikasi ini berbeda dengan layanan yang dimiliki Go-Glam dari Go-Life yang hanya mencarikan *make-up artist* dan jenis perawatan kecantikan dengan *talent* yang dipanggil secara acak (Santhika, 2017). Perbedaannya adalah aplikasi yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat melakukan pencarian dengan *filtering* yang lebih spesifik berdasarkan nama salon, lokasi, jenis perawatan, kategori, fasilitas, harga, jadwal operasional dan *rating*. Selain itu, perbedaan lainnya adalah calon pelanggan dapat mengetahui *rating* dan ulasan suatu salon sebagai penunjang bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan. Tidak hanya itu, terdapat pula fitur *booking* yang memudahkan calon pelanggan untuk merencanakan pesannya ke salon tanpa harus mengantri lama di tempat.

Aplikasi pencarian informasi ini dibangun pada piranti *smartphone* dengan *platform* Android dikarenakan penggunaanya yang banyak sekali. Hal tersebut disebabkan *smartphone* Android memiliki pasar harga yang beragam, mulai dari murah hingga mahal, sehingga mampu menyentuh masyarakat dari berbagai kalangan tingkat ekonomi (Prasetyo, 2016). Pasalnya, Android juga lebih banyak digunakan oleh *vendor* ponsel dari harga termurah hingga mahal. Tercatat sebanyak 296,9 juta *smartphone* Android tersebar di dunia, jauh lebih banyak jika dibandingkan dengan *platform* lainnya seperti iOS yang hanya memiliki angka 44,3 juta ponsel (Nistanto, 2016).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas maka, didapatkan rumusan masalah yaitu mengenai calon pelanggan yang belum difasilitasi dengan sarana yang mampu menjadi wadah informasi salon atau *barbershop* yang informatif dan akurat. Hal inilah yang menyebabkan banyak calon pelanggan yang bingung dalam menentukan pilihan karena minimnya informasi. Selain itu, proses antrian pada salon atau *barbershop* masih belum efisien sehingga mengurangi mobilitas calon pelanggannya. Untuk menyelesaikan masalah tersebut, maka dibuatlah Aplikasi *Mobile* Pencarian Informasi dan *Booking* Salon.

1.3 Batasan Masalah

Aplikasi pencarian informasi dan *booking* salon memiliki batasan yang berlaku yaitu :

- a. Aplikasi membutuhkan koneksi internet.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membangun sebuah aplikasi *mobile* pencarian informasi dan *booking* salon yang informatif.

1.5 Metodologi Penelitian

Adapun tahapan metodologi dalam membangun aplikasi ini terbagi menjadi beberapa tahap, yaitu :

1. Studi Literatur

Pada tahap ini, peneliti melakukan penghimpunan data dan metode yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam penelitian. Terdapat pula penelitian terhadap dokumen–dokumen dari berbagai sumber seperti jurnal, buku dokumentasi dan internet.

2. Observasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan observasi untuk mengumpulkan informasi serta data terhadap salon–salon baik dari internet, literatur maupun ke lokasi salon secara langsung.

3. Wawancara

Pada tahap ini, peneliti membagikan kuesioner. Wawancara dalam bentuk kuesioner ini dilakukan sebanyak dua tahap. Tahap pertama untuk mengumpulkan data faktor apa saja yang menjadi prioritas calon pelanggan dalam mencari salon dan informasi lainnya yang menjadi kebutuhan fitur aplikasi. Tahap kedua untuk mengetahui pendapat dari responden tentang aplikasi yang telah dibangun.

4. Analisis Kebutuhan

Pada tahap ini, peneliti melakukan analisis terhadap kebutuhan dari aplikasi yang akan dibangun. Analisis dapat dilakukan mulai dari analisis basis data hingga ke proses bisnis aplikasi.

5. Perancangan Aplikasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan perancangan *mockup* untuk antarmuka *mobile*, dan arsitektur dari aplikasi.

6. Implementasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan proses pembangunan aplikasi dengan kode-kode pemrograman untuk perangkat *mobile* ataupun *web*. Terdapat pula pengolahan data salon yang sudah dikumpulkan dan disimpan di dalam basis data *web*.

7. Pengujian

Pada tahap ini, peneliti melakukan pengujian terhadap setiap fungsionalitas pada perangkat lunak yang sudah dibangun.

8. Penyusunan Laporan

Tahap ini adalah tahap terakhir dari proses pembangunan aplikasi dengan menuliskan hal-hal terkait seperti pendahuluan, perancangan dan hasil dari aplikasi tersebut.

1.6 Sistematikan Penulisan Laporan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas landasan, masalah, dan tujuan Pembangunan Aplikasi *Mobile* Pencarian dan *Booking* Salon, batasan-batasan dan metodologi yang digunakan, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang uraian singkat hasil-hasil penelitian terdahulu yang ada hubungannya dengan permasalahan yang ditinjau penulis yang berhubungan dengan topik penelitian di dalam Tugas Akhir ini.

BAB III: LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai uraian dasar teori yang akan digunakan penulis dalam melakukan perancangan dan pembuatan program yang dapat dipergunakan sebagai pembanding atau acuan di dalam pembahasan masalah.

BAB IV: ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi penjelasan mengenai analisis permasalahan yang akan diatasi serta membahas mengenai perancangan perangkat lunak yang dibuat.

BAB V: IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Bab ini berisi penjelasan mengenai implementasi perangkat lunak yang dibuat dan gambaran umum sistem.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan bab penutup, akan diberikan kesimpulan dan saran yang didapatkan selama pembuatan Tugas Akhir.

