

## **BAB II**

### **Tinjauan Pustaka**

Penampilan yang menarik telah diakui menjadi salah satu faktor yang penting dari aspek kepribadian seseorang. Penampilan fisik yang indah dan menarik adalah suatu manfaat yang mampu meningkatkan kepercayaan diri seseorang dalam kehidupan sosial dan bahkan dikaitkan dengan tingkat kesuksesannya (Shahbazi & Akareem, 2014). Hal itu kemudian yang mendorong keinginan banyak orang yang ingin merawat rambut ataupun hingga tubuhnya dengan bantuan tenaga profesional demi mendapatkan hasil yang terbaik. Untuk itu, informasi yang informatif dan akurat mengenai salon adalah suatu kebutuhan yang bisa menjadi bahan referensi. Namun, dengan keterbatasan informasi yang tersedia dapat mengakibatkan banyak orang yang salah memilih salon dan hasilnya pun tidak sesuai dengan harapan (Berahmana, 2015).

Ada suatu pertanyaan mengenai apakah laki-laki juga membutuhkan informasi yang sama seperti perempuan yang merupakan mayoritas pelanggan setia salon? Dikutip dari berita di laman New York Times pada bulan April tahun 2016, mengatakan bahwa percakapan antara laki-laki dengan seorang *barber* adalah suatu bentuk konsultasi yang menghasilkan informasi vital. Informasi vital ini akan mengacu pada hasil potongan rambut yang akan terlihat selalu bagus bahkan ketika rambut itu sudah semakin memanjang. Semakin banyak berkonsultasi dengan *stylist*, maka akan lebih baik (Berlinger, 2016). Hal ini membuktikan, bahwa tidak hanya perempuan saja yang membutuhkan informasi, konsultasi atau perawatan khusus.

Menurut sebuah survei, informasi detil tentang salon seperti lokasi, daftar perawatan, jam operasional, harga dan jumlah antrian merupakan aspek yang berpotensi menjadi masalah utama bagi calon pelanggan. Misalnya tuntutan untuk menghabiskan waktu demi mengantri lama di salon yang memperumit keadaan. Terutama apabila calon pelanggan tersebut sedang terhimpit waktu atau dia merupakan seseorang yang sibuk (Cipta & Guntara, 2017). Selain itu, masalah mengenai lokasi salon yang tersebar sehingga membuatnya juga cukup sulit ditemukan. Kendala lainnya adalah kualitas dari hasil perawatan atau pelayanan suatu salon dan fasilitas seperti peralatan potong atau kelayakan *interior* yang belum diketahui orang (Nugroho, 2014).

Survei lainnya juga telah dilakukan untuk meneliti faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan oleh konsumen untuk menggunakan suatu produk atau jasa di Erha Clinic cabang Cimanuk Bandung. Dari survei tersebut disebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi meliputi: promosi yang menarik tercatat sebesar 7%, kualitas pelayanan sebesar 13%, harga yang terjangkau sebesar 20%, kualitas produk sebesar 27% dan rekomendasi dari teman atau keluarga sebesar 33% (Nursukmawati, 2013). Hal ini menunjukkan bahwa orang akan lebih bijaksana dalam membuat suatu pilihan berdasarkan pengalaman dari orang-orang yang telah mencoba langsung suatu produk atau jasa. Terbukti juga bahwa orang yang sudah berpengalaman menggunakan suatu produk atau menikmati suatu jasa, maka akan merekomendasikannya kepada rekannya. Pelanggan yang sudah pernah mencoba suatu perawatan atau pelayanan dapat memberikan rekomendasi berupa testimoni atau ulasan dan memberikan *rating*. Ulasan dan *rating* itu sendiri dikarakteristikan sebagai penilaian yang diberikan oleh pelanggan yang mana penilaian yang tinggi artinya merefleksikan kualitas yang lebih positif terhadap suatu salon, begitu pula sebaliknya (Gursoy, 2017).

Integrasi teknologi *Location Based System* (LBS) dengan memanfaatkan *Global Positioning System* (GPS) pada *mobile* dapat menghasilkan aplikasi berbasis lokasi yang interaktif. Dengan layanan ini, aplikasi mampu mengidentifikasi lokasi suatu objek secara spesifik, seperti suatu objek lokasi terdekat dengan posisi pengguna perangkat (Sasmito & Hadiansah, 2015). Suatu pernyataan yang menguatkan fungsi GPS juga telah diutarakan melalui penelitian mengenai pencarian halte BRT Transmusi di Palembang. Tanpa adanya layanan berbasis lokasi, masyarakat cenderung memiliki kesulitan dalam mencari dan menemukan halte mana yang mereka tuju (Ependi & Base, 2016). LBS juga telah menjadi kebutuhan yang umum dan utama pada penggunaan aplikasi *mobile* karena LBS mampu menawarkan berbagai kemampuannya dalam melakukan pelacakan, mencari lokasi spesifik, dan mengidentifikasi lokasi terbaru dari seseorang atau suatu objek tempat. Terlebih apabila LBS memanfaatkan *WiFi* yang terdapat di dalam perangkat maka akan meningkatkan daya akurasi dari informasi yang dihasilkan (Yun, dkk, 2013). Tanpa adanya LBS, tentu orang akan mengalami kesulitan dalam proses navigasi atau mendapat petunjuk mengenai arah menuju suatu tempat tertentu.

Dari tinjauan pustaka di atas, maka aplikasi akan dibuat dengan dukungan teknologi LBS untuk dapat mengetahui salon apa saja yang berada di dekatnya dan petunjuk arah menuju suatu salon atau *barbershop* tertentu.

Di bawah ini adalah Tabel 2.1 yang membandingkan penelitian terhadap aplikasi yang akan dibangun dengan penelitian sebelumnya.

**Tabel 2.1. Tabel Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya**

<b>Pembanding</b>	<b>Nugroho (2014)</b>	<b>Berahmana (2015)</b>	<b>Sucipto, dkk (2016)</b>	<b>Cipta &amp; Guntara (2017)</b>	<b>Djanguk (2018)</b>
<i>Judul</i>	Aplikasi Informasi <i>Barbershop</i> di Jakarta Berbasis Android 4.2 (Jelly Bean) dengan Menggunakan Intel XDK dan JQuery Mobile	“Nyalon Yukk” Aplikasi Informasi Salon Kecantikan berbasis Android	Perancangan <i>Mobile Application</i> “SalonMana” berbasis Android	Pembangunan Perangkat Lunak <i>Online Booking Barbershop</i> di Bandung Menggunakan Teknologi <i>Mobile Global Positioning System</i> dan <i>Web Services</i> pada <i>Platform Android</i>	Pembangunan Aplikasi <i>Mobile</i> Pencarian dan <i>Booking Salon</i>
<i>Platform</i>	<i>Mobile</i>	<i>Mobile</i>	<i>Mobile dan Web</i>	<i>Mobile</i>	<i>Mobile dan Web</i>

<i>Tools</i>	Intel XDK dan JQUERY Mobile	Eclipse	Eclipse	Android Studio	Android Studio dan Notepad++
<i>Sasaran Pengguna</i>	Orang-orang yang ingin menentukan <i>barbershop</i>	Orang-orang yang ingin menentukan salon dan orang-orang yang ingin mempromosikan salonnya	Orang-orang yang ingin menentukan salon dan orang-orang yang ingin mempromosikan <i>outlet</i> salon	Orang-orang yang ingin menentukan <i>barbershop</i>	Orang-orang yang ingin menentukan salon atau <i>barbershop</i> dan orang-orang yang ingin mempromosikan <i>outlet</i> salon atau <i>barbershop</i>
<i>User Generated Content (UGC)</i>	Tidak ada	Ada	Ada	Ada	Ada
<i>Pemilik salon mengelola salon secara mandiri</i>	Tidak ada	Ada	Ada	Tidak ada	Ada
<i>Rating dan Review</i>	Tidak ada	Ada	Tidak ada	Ada	Ada
<i>Laporan</i>	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Ada
<i>Filtering</i>	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Ada
<i>Booking</i>	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Ada	Ada