

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu faktor kesuksesan dalam bisnis adalah kepuasan pelanggan. Kecepatan dan keakuratan dalam menjawab setiap pertanyaan dari calon pelanggan merupakan hal yang krusial dalam menentukan kepuasan pelanggan[1]. Rumah Rasfur Bandung adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk seperti Sajadah, karpet lipat, baju muslim dan masih banyak lagi. Rumah Rasfur Bandung berlokasi di Kota Bandung, tepatnya di komp, Jl. Kanayakan Blok. D No.50, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40135. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha saat ini adalah tidak imbangnya jumlah tenaga kerja dan permintaan pelanggan. Semakin hari jumlah pelanggan yang ingin memesan produk atau sekedar bertanya mengenai produk. Akan tetapi pegawai yang bertugas menangani hal tersebut tidak sebanding dengan permintaan yang masuk sehingga seringkali terdapat pelanggan yang diabaikan[2]. Perusahaan Rumah Rasfur Bandung membutuhkan media promosi melalui Aplikasi Chatbot yang interaktif dan dapat mempermudah masyarakat dalam mengetahui mengenai produk yang dijual oleh perusahaan Rumah Rasfur Bandung.

Perusahaan Rumah Rasfur Bandung memiliki website company profile. Website company profile tersebut dibuat untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat, namun website company profile saja belum cukup untuk mempromosikan produk yang dijual oleh Perusahaan Rumah Rasfur Bandung. Perusahaan Rumah Rasfur Bandung menjual produknya melalui aplikasi Shopee. Namun, masih banyak pelanggan yang terabaikan dikarenakan banyaknya permintaan dari pelanggan yang tidak sesuai dengan tenaga kerja dari Perusahaan Rumah Rasfur Bandung.

Generasi Millennial saat ini sangat peka dengan eksistensi new media dan salah satu jejaring sosial yang kerap digunakan adalah aplikasi LINE dimana generasi millennial dapat melakukan aktifitas sosial menggunakan aplikasi tersebut. Pengguna

Line New Media (Media Baru) pada umumnya mengacu pada konten/isi yang tersedia sesuai dengan kebutuhan (on-demand) yang dapat diakses melalui Internet dan dapat diakses pada setiap perangkat digital, biasanya mengandung umpan balik (*feedback*) pengguna, interaktif, dan partisipasi kreatif. Peneliti sosial sering mengelompokkan generasi yang lahir diantara tahun 1980-an sampai 2000-an sebagai generasi millennial. Dapat dikatakan bahwa generasi millennial merupakan generasi muda masa kini yang saat ini berusia dalam rentang usia 15 sampai dengan 34 tahun. Berdasarkan hasil riset ditemukan bahwa Line adalah salah satu Social News Sites yang sangat digemari oleh generasi Millennial[3]. Berdasarkan data yang diperoleh maka jumlah aktif pengguna Line di dunia pada tahun 2016 mencapai 216 juta pengguna. Menurut pihak Line, pertumbuhan penggunanya tersebut disumbang oleh pertumbuhan pengguna yang pesat khususnya di Indonesia setelah Jepang, Taiwan, dan Thailand dengan 30 juta pengguna aktif di Indonesia[4]. Aplikasi Line digemari oleh generasi millennial, aplikasi Line sendiri memiliki beberapa manfaat seperti fitur mengirim foto atau video secara langsung setelah melakukan foto dan merekam video tidak mudah untuk digunakan, serta fitur untuk mengetahui pesan telah sampai, tidak dapat diketahui oleh pengguna aplikasi tersebut, pengguna hanya dapat mengetahui pesan yang dikirim jika sudah dibaca. Kemudahan seperti membuka aplikasi dan mempelajari aplikasi Line dapat mempengaruhi sikap dari pengguna untuk menerima teknologi aplikasi Line pada ponsel pintar[5]. Selain fitur free call dan voice call yang di unggulkan, line juga dilengkapi dengan fitur lainnya seperti game, timeline, emoticon dan sticker yang membuat line beda dari aplikasi chatting lainnya. Melalui sticker-nya membuat percakapan menjadi jauh lebih ekspresif ketika mengirim kepada lawan bicara, karena akan mengekspresikan perasaan atau emosi dan terlihat lebih nyata[6].

Berdasarkan permasalahan yang ada di Perusahaan Rumah Rasfur Bandung maka, peneliti mengusulkan sebuah Chatbot Line. Dengan adanya Chatbot Line tersebut, maka perusahaan Rumah Rasfur Bandung dapat meminimalisir terjadinya pelanggan yang terabaikan, dapat mempromosikan produk dan dapat melakukan transaksi dengan lebih efisien.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka teridentifikasi sebuah masalah, yaitu :

1. Perusahaan Rumah Rasfur Bandung membutuhkan media promosi melalui Aplikasi Chatbot yang interaktif dan dapat mempermudah masyarakat dalam mengetahui mengenai produk yang dijual oleh perusahaan Rumah Rasfur Bandung.
2. Banyaknya pelanggan yang terabaikan dikarenakan sistem yang digunakan oleh perusahaan Rumah Rasfur Bandung masih menggunakan sistem tanya jawab manual.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari Penelitian ini adalah membuat sistem Chatbot Aplikasi Line. Sedangkan Tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dalam Penelitian ini, yaitu :

1. Membantu Perusahaan Rumah Rasfur Bandung dalam mempromosikan produk yang dijual menggunakan Chatbot Line, yang dapat mempermudah masyarakat untuk mengetahui produk yang dijual oleh Perusahaan Rumah Rasfur Bandung
2. Meminimalisir pelanggan yang Terabaikan oleh Admin Perusahaan Rumah Rasfur Bandung dikarenakan banyaknya pelanggan yang bertanya mengenai produk dari Rumah Rasfur Bandung.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah yang ada didalam penelitian ini, yaitu:

1. Pelanggan dapat melihat detail produk yang dijual dari Rumah Rasfur Bandung, dan dapat memesan produk yang dipilih.
2. Data yang digunakan adalah data produk yang dijual oleh Rumah Rasfur Bandung.
3. Database yang digunakan adalah MySQL.
4. Bahasa Pemrograman yang digunakan dalam pembangunan aplikasi adalah Python.
5. Pemodelan yang digunakan adalah menggunakan analisis Use Case Diagram.
6. Keluaran yang dihasilkan yaitu berupa Chatbot Line.

7. Pengguna aplikasi Chatbot Line ini adalah admin, pembeli, dan calon pembeli.
8. Admin dapat mengolah data user, data keyword, dan data pegawai
9. Divisi gudang dapat mengolah data produk.
10. Divisi pemasaran dapat mengolah data keyword, data pelanggan, dan data transaksi

1.5 Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksperimental dengan pendekatan kuantitatif. metode kuantitatif adalah upaya dalam menyelidiki masalah, masalah yang ada merupakan dasar yang digunakan oleh peneliti dalam mengambil data. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksperimen. Penelitian eksperimen merupakan penelitian yang dilakukan dengan melakukan manipulasi yang bertujuan untuk mengetahui akibat manipulasi terhadap perilaku individu yang diamati. Manipulasi yang dilakukan dapat berupa situasi atau tindakan tertentu yang diberikan kepada individu atau kelompok dan setelah itu dapat dilihat pengaruhnya. Eksperimen ini dilakukan untuk mengetahui efek yang ditimbulkan dari suatu perlakuan yang diberikan secara sengaja oleh peneliti. Pemberian perlakuan inilah yang menjadi suatu kekhasan penelitian eksperimen dibandingkan dengan penelitian yang lain.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk pengumpulan data adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah mendeskripsikan suatu fenomena dan ciri-cirinya . Penelitian deskriptif adalah murni data yang diturunkan dalam kode yang dihasilkan dari data selama penelitian. Berdasarkan pada penelitian deskriptif dari referensi dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan suatu fenomena, peristiwa, dan memberikan gambaran obyektif terhadap suatu masalah yang ada terjadi pada saat ini. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dibagi menjadi 3 bagian meliputi wawancara, studi literatur[7]. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

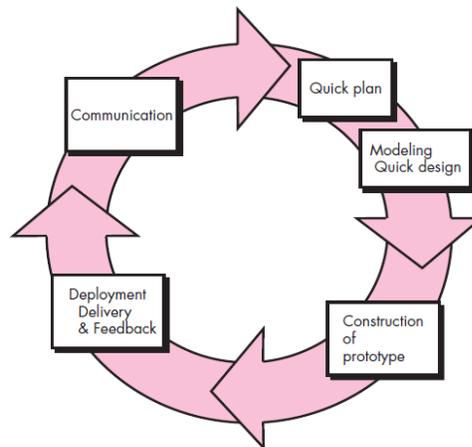
Metode wawancaranya adalah dengan cara tanya jawab langsung dengan beberapa orang admin yang terkait dengan Perusahaan Rumah Rasfur Bandung.

2. Studi Literatur

Studi literatur adalah teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data melalui literatur, jurnal, makalah dan bacaan yang ada hubungannya dengan judul penelitian. Proses ini dilakukan untuk mencari dan mengumpulkan informasi untuk Chat bot line media promosi dan penjualan pada perusahaan Rumah Rasfur Bandung. [8]

1.5.2 Metode Pembangunan Perangkat Lunak

Metode pembangunan perangkat lunak yang digunakan adalah *Prototype* model. Model *Prototype* dimulai dari mengumpulkan kebutuhan pengguna terhadap sistem yang akan dibuat, serta dibuat lah *prototype* agar pengguna dapat terbayang apa yang akan dibuat, yang dijelaskan pada point point berikut :



Gambar 1. 1 Model *Prototype*

1. *Communication*

Pada tahap ini dilakukan komunikasi untuk mengumpulkan kebutuhan guna mengetahui masalah yang terjadi dengan mendengarkan penjelasan dari Perusahaan

Rumah Rasfur Bandung mengenai banyaknya permintaan pelanggan yang terabaikan dikarenakan kurangnya tenaga kerja pada Perusahaan Rumah Rasfur Bandung.

2. *Quick Plan*

Pada tahapan ini dilakukan perancangan dengan menganalisis kebutuhan yang dibutuhkan untuk membuat sistem chatbot Line.

3. *Modeling Quick Design*

Pada tahapan ini dilakukan pemodelan *prototype* sistem yang disesuaikan dengan perancangannya.

4. *Construction of Prototype*

Pada tahapan ini dilakukan dengan membangun *prototype* berdasarkan perancangan yang telah dimodelkan sebelumnya.

5. *Deployment, Delivery and Feedback*

Pada tahapan ini peneliti melakukan uji coba pada hasil dari *prototype* yang telah dibangun menggunakan Metode Blackbox Testing. Blackbox Testing adalah uji coba fungsionalitas sebuah aplikasi atau program yang sedang dikembangkan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kekurangan-kekurangannya, setelah diketahui kemudian dilakukan pengembangan kembali.

1.6 Sistematika Penulisan

Sebagai acuan bagi penulis agar penulis skripsi ini dapat terarah dan tersusun sesuai dengan yang penulis harapkan, maka akan disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian, tahap pengumpulan data, model pengembangan perangkat lunak dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang berbagai konsep konsep dasar dan teori-teori pendukung yang berhubungan dengan pembangunan sistem pada penelitian ini.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini berisi tentang deskripsi sistem, analisis kebutuhan dalam pembangunan sistem dan perancangan sistem.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Pada bab ini berisi hasil implementasi analisi dari BAB 3 dan perancangan aplikasi yang dilakukan, serta hasil pengujian aplikasi untuk mengetahui apakah aplikasi yang dibangun sudah memenuhi kebutuhan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengujian sistem, serta saran untuk pengembangan sistem yang telah dirancang.