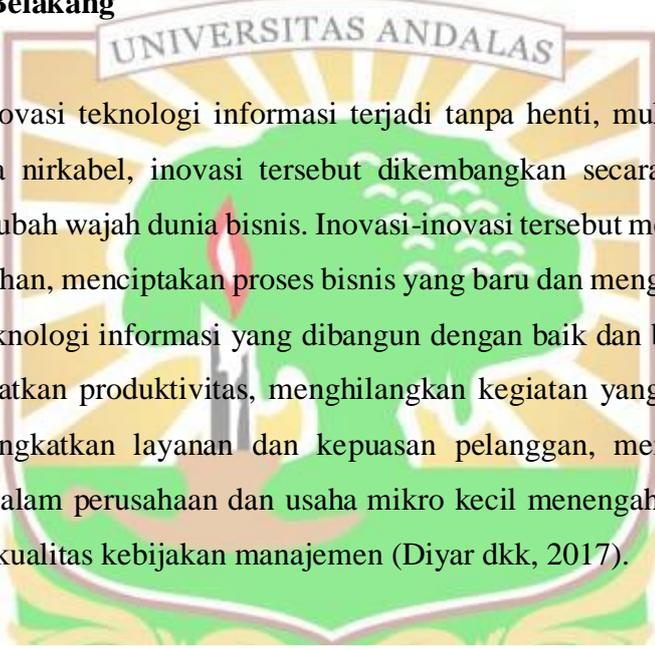


BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan tentang latar belakang dari penelitian, rumusan masalah yang akan diselesaikan, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian, hal-hal yang membatasi pelaksanaan penelitian, dan sistematika penulisan laporan penelitian.

1.1 Latar Belakang



Arus inovasi teknologi informasi terjadi tanpa henti, mulai dari jaringan internet hingga nirkabel, inovasi tersebut dikembangkan secara terus menerus sehingga mengubah wajah dunia bisnis. Inovasi-inovasi tersebut mengubah industri secara keseluruhan, menciptakan proses bisnis yang baru dan mengubah cara bisnis sehari-hari. Teknologi informasi yang dibangun dengan baik dan benar antara lain dapat meningkatkan produktivitas, menghilangkan kegiatan yang tidak memiliki manfaat, meningkatkan layanan dan kepuasan pelanggan, mengkoordinasikan setiap bagian dalam perusahaan dan usaha mikro kecil menengah (UMKM) serta meningkatkan kualitas kebijakan manajemen (Diyar dkk, 2017).

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas ekonomi nasional.

Barbershop merupakan UMKM yang bergerak di bidang jasa. *Barbershop* melayani kebutuhan bagi pria untuk merawat diri mereka sendiri, dan *Barbershop* menawarkan solusi bagi pria untuk mengejar gaya rambut ideal mereka. Target pasar usaha *Barbershop* yaitu pelanggan pria saja. Jasa ini tidak mengkhususkan terhadap umur dan profesi, *Barbershop* terbuka untuk semua kalangan, mulai dari anak-anak, pelajar, remaja, hingga yang lanjut usia. *Barbershop* menawarkan

layanan potong rambut dengan kualitas bintang lima namun harga terjangkau (Widjiono, 2015).

Barbershop pada dasarnya sama dengan pangkas rambut tradisional, namun fasilitas yang diberikan berbeda. Pelanggan *Barbershop* akan merasakan suasana yang nyaman dengan fasilitas yang diberikan, seperti ruangan ber-AC, disediakan majalah saat menunggu, dan lainnya. Ada beberapa hal lain yang membedakan *Barbershop* dengan tempat pangkas rambut biasa. Pangkas rambut biasa umumnya hanya menyediakan jasa potong rambut saja. *Barbershop* tidak hanya menyediakan jasa potong rambut saja, akan tetapi juga menyediakan jasa pijat refleksi, cuci rambut, *treatment*, *facial*, dan *hair color* (Widjiono, 2015).

Menurut Diana (2017) menyatakan bahwa dalam dua tahun terakhir *Barbershop* tumbuh pesat mencapai 4.000 sampai 5.000 *brand* yang tersebar di seluruh Indonesia. Penyebaran tersebut meliputi kota-kota besar dan ibu kota provinsi di seluruh Indonesia. Penyebaran tersebut seperti kota Bandung, Semarang, Jakarta, Medan, Padang, dan kota-kota lain yang ada di Indonesia.

Kota Padang merupakan salah satu kota yang memiliki penyebaran *Barbershop* di setiap daerahnya. Berdasarkan *Google Maps* (2020), jumlah *Barbershop* yang masih aktif di Kota Padang yaitu sebanyak ± 70 , salah satunya yaitu *Barbershop* Kanan. *Barbershop* Kanan berlokasi di Jl. Dr. Moh Hatta, Kapalo Koto, Kecamatan Pauh, Kota Padang. *Barbershop* Kanan didirikan pada tahun 2017 oleh Fanji Ramadhan dengan jumlah karyawan sebanyak 2 orang dan rata-rata konsumen yaitu 10 orang setiap harinya. Seiring dengan perkembangannya, *Barbershop* Kanan mengalami peningkatan jumlah konsumen yaitu mencapai 25 orang per harinya, dengan jumlah karyawan 6 orang dan jam kerja mulai pukul 10:00 pagi hingga pukul 22:00 malam dengan estimasi pendapatan per bulannya yaitu \pm Rp 25 juta. Tampak depan lokasi *Barbershop* Kanan dapat dilihat pada **Gambar 1.1.**



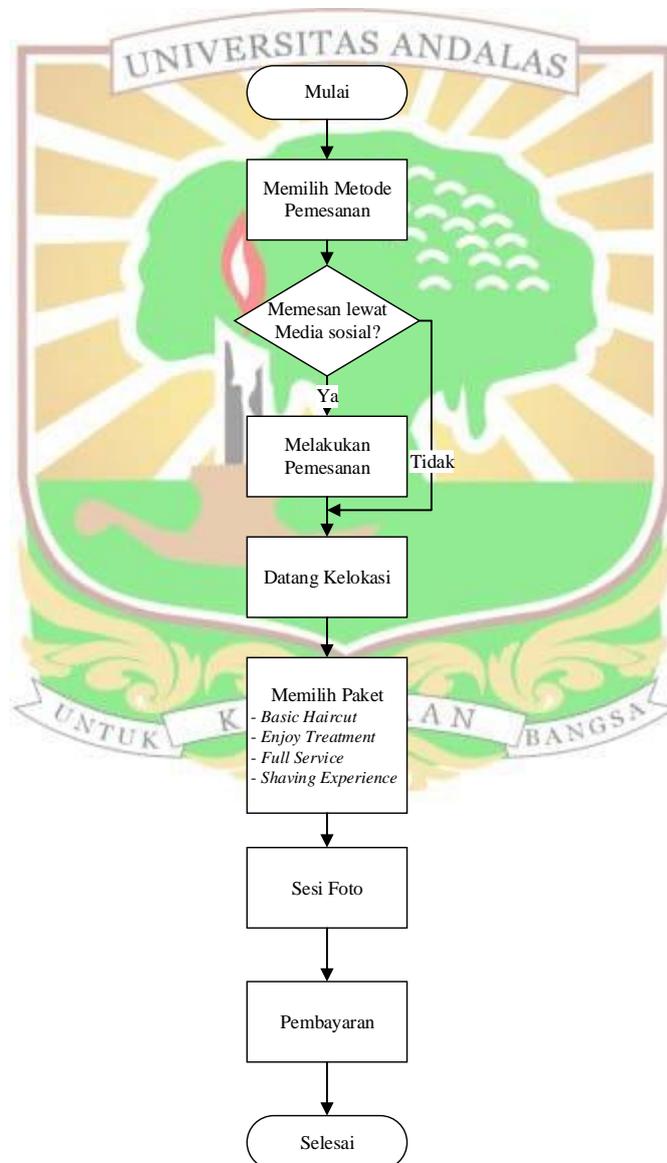
Gambar 1.1 Tampak Depan Lokasi *Barbershop* Kanan

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik *Barbershop* Kanan yaitu Bapak Fanji Ramadhan, diperoleh informasi bahwa *Barbershop* Kanan merupakan salah satu *Barbershop* favorit oleh kalangan remaja maupun dewasa di kota Padang, khususnya di sekitar Kampus Universitas Andalas. Jumlah konsumen pada *Barbershop* Kanan mencapai 900 orang dalam satu bulan. Kondisi tempat kerja *Barbershop* Kanan dapat dilihat pada **Gambar 1.2**.



Gambar 1.2 Tempat Kerja *Barbershop* Kanan
(Sumber : Instagram *Barbershop* Kanan)

Barbershop Kanan saat ini masih menggunakan sistem manual, baik itu dalam merekap data pemesanan maupun manajemen karyawannya. *Barbershop* Kanan memiliki dua metode dalam pemesanan. Metode pemesanan yang pertama yaitu pemesanan melalui media sosial, konsumen memesan melalui Instagram dengan cara memberikan nama dan jadwal yang sesuai dengan keinginan konsumen. Metode pemesanan yang kedua yaitu memesan langsung di tempat, konsumen datang ke lokasi *Barbershop* Kanan dan memberikan nama beserta jadwal yang sesuai dengan keinginan konsumen. Proses pemesanan dan alur aktifitas konsumen pada *Barbershop* dapat dilihat pada **Gambar 1.3**.



Gambar 1.3 *Flowchart* Proses Pemesanan dan Aktifitas Konsumen di *Barbershop* Kanan

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen *Barbershop* Kanan diperoleh informasi bahwa *Barbershop* Kanan menyediakan ruang tunggu bagi konsumen yang menunggu antrian dan tempat duduk di ruang terbuka untuk konsumen yang ingin merokok. Kondisi menunggu pada *Barbershop* Kanan dapat dilihat pada **Gambar 1.4**.



Gambar 1.4 Kondisi Antrian Konsumen Pada *Barbershop* Kanan

Barbershop Kanan memiliki 4 paket pemesan yaitu Kanan *Basic Haircut* yaitu potong rambut biasa dengan harga Rp 45.000. Kanan *Enjoy Treatment* yaitu potong rambut biasa dan perawatan wajah/masker dengan harga Rp 50.000. *Shaving Experience* yaitu cukur brewok dan kumis dengan harga Rp 35.000. Kanan *Full Service* yaitu potong rambut biasa, perawatan wajah/masker, dan pijat dengan harga Rp 65.000.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik *Barbershop* Kanan yaitu Fanji Ramadhan diperoleh informasi bahwa pada *Barbershop* Kanan saat ini sudah menerapkan sistem pemberian insentif kepada karyawan. Sistem pemberian insentif yang diterapkan yaitu berdasarkan penilaian kinerja dari karyawan. Penilaian yang dilakukan meliputi kedisiplinan, performa, loyalitas, dan tanggung jawab. Penilaian tersebut masih dilakukan secara manual, dimana standar penilaian yang diberikan tidak terstruktur, pemilik hanya melihat dan langsung menilai kinerja dari karyawan. Penilaian yang dilakukan oleh *Barbershop* Kanan belum mempertimbangkan kepuasan dari konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu konsumen *Barbershop* Kanan yaitu Muahammad Dzaky diperoleh informasi bahwa sistem *booking* yang digunakan oleh *Barbershop* Kanan saat ini masih kurang efektif. Hal tersebut dikarenakan sistem *booking* tersebut masih belum bisa menentukan jadwal potong rambut yang kita inginkan, paket yang disediakan dan memilih karyawan pangkas yang diinginkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu konsumen *Barbershop* Kanan yaitu Abdul Halim diperoleh informasi bahwa, pada zaman sekarang yaitu zaman yang sudah canggih, *Barbershop* Kanan masih belum memiliki Aplikasi yang bisa mempermudah konsumen *barbershop* untuk memberikan keluhan atau tanggapannya ke pihak *Barbershop* apabila tidak puas dengan hasil yang terima oleh konsumen.

Untuk manajemen *Barbershop* ini, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik *Barbershop* Kanan yaitu Fanji Ramadhan diperoleh informasi bahwa pada *Barbershop* Kanan saat ini sudah menerapkan sistem pemberian insentif kepada karyawan. Sistem pemberian insentif yang diterapkan yaitu berdasarkan penilaian kinerja dari karyawan. Penilaian yang dilakukan meliputi kedisiplinan, performa, loyalitas, dan tanggung jawab. Penilaian tersebut masih dilakukan secara manual, di mana standar penilaian yang diberikan tidak terstruktur, pemilik hanya melihat dan langsung menilai kinerja dari karyawan. Penilaian yang dilakukan oleh *Barbershop* Kanan belum mempertimbangkan kepuasan dari konsumen. Menurut Helmi (2017), kepuasan konsumen merupakan penilaian yang sangat dibutuhkan dalam suatu badan usaha. Ikatan konsumen dengan karyawan merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan oleh *Barbershop* Kanan, karena konsumen akan selalu memotong rambut dengan karyawan yang sudah memenuhi kepuasannya. Oleh sebab itu dibutuhkan Aplikasi berbasis WEB yang dapat memberikan standar penilaian kinerja dan menampung tanggapan konsumen berdasarkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Penilaian kinerja yang dilakukan berguna untuk mempermudah pemberian insentif terhadap karyawan. Hal tersebut merupakan cara untuk mempertahankan karyawan yang memiliki potensi yang baik untuk tetap

setia terhadap *Barbershop* Kanan.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap *Barbershop* Kanan sangat bervariasi. Untuk mengetahui tingkat kepuasan tersebut, maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen *Barbershop* Kanan. Dalam penyebaran kuesioner, dibutuhkan sampel dari jumlah konsumen yang memotong rambut di *Barbershop* Kanan. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode pengambilan sampel menurut Zainudin M (1998), dengan mempertimbangkan jumlah konsumen pada bulan Desember dan tingkat kesalahan. Jumlah konsumen pada bulan Desember yaitu sebanyak ± 750 orang dan tingkat kesalahan yang digunakan yaitu 5%. Berdasarkan metode tersebut didapat 20 orang sampel untuk mengisi kuesioner tentang kepuasan konsumen terhadap *Barbershop* Kanan. Lembar Kuesioner dapat dilihat pada **Lampiran A**.

Berdasarkan penyebaran yang telah dilakukan terhadap 20 orang konsumen, diperoleh hasil bahwa, pernyataan pertama “ *Barbershop* Kanan memiliki sistem *booking* online yang memberikan kemudahan terhadap konsumen “, dari pernyataan tersebut di peroleh hasil bahwa 85% konsumen menyatakan tidak sesuai dengan pernyataan yang diberikan, 55% konsumen menyatakan sangat penting, dan 45% konsumen menyatakan penting dengan pernyataan yang diberikan. Hal tersebut dikarenakan sistem yang diterapkan oleh *Barbershop* Kanan belum menerapkan sistem *booking* online yang dapat mempermudah konsumen dalam melakukan *booking*. Pernyataan yang diberikan yang kedua yaitu “Konsumen *Barbershop* Kanan puas dengan sistem *booking* yang digunakan saat ini “, dari pernyataan tersebut diperoleh hasil bahwa 75% konsumen menyatakan tidak sesuai dengan pernyataan tersebut, 65% konsumen menyatakan penting, dan 35% konsumen menyatakan sangat penting. Hal tersebut dikarenakan konsumen tidak bisa memilih karyawan pangkas, jadwal pangkas yang kosong, *style* rambut yang disediakan, dan memberikan saran dan tanggapan terhadap hasil pangkas yang telah dikerjakan.

Pernyataan yang diberikan yang ketiga yaitu, “Barbershop Kanan memiliki media yang cepat dan tepat dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen”, dari pernyataan tersebut diperoleh hasil bahwa 65% konsumen menyatakan tidak sesuai dengan pernyataan tersebut, 45% konsumen menyatakan penting, dan 55% konsumen menyatakan sangat penting. Hal tersebut dikarenakan *Barbershop* Kanan masih belum maksimal dalam memanfaatkan media social dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen, dan konsumen mengharapkan sistem yang dapat memberikan informasi yang *ter-update* seperti pemberian diskon, update *style* rambut, update jadwal dan update karyawan pangkas. Pernyataan yang diberikan ke empat yaitu “ *Barbershop* Kanan memiliki media untuk menampung saran dan tanggapan dari konsumen “, dari pernyataan yang diberikan diperoleh hasil bahwa 100% konsumen menyatakan bahwa tidak sesuai dengan pernyataan tersebut dan 100% konsumen menyatakan sangat penting. Hal tersebut dikarenakan konsumen membutuhkan media untuk memberikan tanggapan atau saran apabila konsumen merasa tidak puas maupun puas terhadap pelayanan di *Barbershop* Kanan.

Pernyataan ke lima yaitu “ Konsumen *Barbershop* Kanan menunggu antrian lebih dari 1 jam “, dari pernyataan yang diberikan diperoleh hasil bahwa 75% menyatakan pernyataan tersebut sesuai dan 100% konsumen mengharapkan tidak lama dalam menunggu antrian. Hal tersebut dikarenakan konsumen tidak bisa melihat jadwal yang kosong, sehingga konsumen langsung datang ke lokasi dan menunggu antriannya. Hal tersebut dapat membuang waktu konsumen dan juga dapat menambah biaya transportasi konsumen saat mencek jadwal kosong ke lokasi barbershop. Data hasil kuesioner dapat dilihat pada **Lampiran B**.

Berdasarkan hasil wawancara dan hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat bahwa pada *Barbershop* Kanan diperlukan sistem yang dapat mempermudah konsumen untuk menentukan jadwal potong rambut, memilih paket *style* rambut, memilih karyawan pangkas, dan menyampaikan saran/tanggapan terhadap *Barbershop* Kanan, serta mempermudah manajer *Barbershop* Kanan dalam mengelola *Barbershop* Kanan . *Barbershop* Kanan juga membutuhkan sistem

yang dapat mempermudah pemiliknya untuk melihat kualitas karyawan dan memberi bonus karyawan berdasarkan saran/tanggapan dari konsumen *Barbershop* Kanan Kota Padang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas dapat dilihat bahwa masalah yang dihadapi *Barbershop* Kanan dari sisi konsumen yaitu belum adanya Aplikasi *booking* yang berbasis WEB untuk menentukan jadwal potong rambut, memilih paket *style* rambut, memilih karyawan pangkas, menyampaikan saran dan tanggapan kepada karyawan *Barbershop* Kanan. Berdasarkan dari sisi *Barbershop* Kanan yaitu belum adanya Aplikasi *booking* berbasis WEB yang dapat menilai kinerja karyawan serta memberikan insentif kepada karyawan berdasarkan penilaian yang diberikan konsumen. Perumusan masalah tersebut adalah bagaimana merancang Aplikasi *booking* berbasis WEB pangkas rambut *Barbershop* Kanan Kota Padang.

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk merancang Aplikasi *booking* pangkas rambut pada *Barbershop* Kanan Kota Padang, sehingga pemesanan yang dilakukan oleh konsumen lebih efektif dan efisien dan mempermudah pemilik *Barbershop* Kanan memonitor kinerja dari karyawan.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini yaitu :

1. Perancangan Aplikasi berbasis Web hanya dilakukan sampai tahap pengujian (*testing*).
2. Pengguna dari Aplikasi yang dirancang yaitu konsumen dan pemilik *Barbershop* Kanan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang dilakukannya penelitian tugas akhir, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah yang digunakan selama penelitian serta sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan mengenai perancangan Aplikasi *booking* yang berbasis WEB potong rambut serta penilaian konsumen yang dirujuk dari berbagai sumber seperti buku dan jurnal.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan langkah-langkah sistematis dalam pembuatan tugas akhir. Langkah-langkah tersebut terdiri dari penentuan lokasi penelitian, dan teknis-teknis dalam metode perancangan sistem informasi.

BAB IV PERANCANGAN SISTEM

Perancangan sistem menjelaskan tentang tahap-tahap yang dilakukan dalam menjawab rumusan permasalahan menggunakan metode-metode yang telah ditetapkan dalam metodologi penelitian.

BAB V ANALISIS

Analisis berisi tentang hal-hal yang perlu diperhatikan dan dianalisa yang tidak ditemukan didalam perancangan sistem.

BAB VI PENUTUP

Penutup berisi mengenai kesimpulan dari keseluruhan penelitian serta saran yang diperlukan untuk tahap perancangan selanjutnya.

